

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ

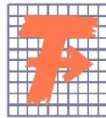
BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2013

EVA MOŽNÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil

Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

**NÁVRH NOVÉ MARKETINGOVÉ KONCEPCE
PRO ZVÝŠENÍ PRODEJE BAVLNĚNÝCH PROSTĚRADEL
S POLYURETANOVÝM ZÁTĚREM**

**DRAFT OF NEW MARKETING CONCEPTION
FOR BUSINESS INCREASE OF BED SHEETS
WITH POLYURETAN LAYER**

Eva Možná

KHT – 922

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Hana Štočková

Rozsah práce:

Počet stran textu 46

Počet obrázků 24

Počet tabulek 4

Počet grafů..... 5

Počet stran příloh.....3

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Eva Možná**
Osobní číslo: **T10000235**
Studijní program: **B3107 Textil**
Studijní obor: **Textilní marketing**
Název tématu: **Návrh nové marketingové koncepce pro zvýšení prodeje bavlněných prostěradel s polyuretanovým zátěrem**
Zadávací katedra: **Katedra hodnocení textilií**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Popište současný stav ve vybrané firmě, její produkty, SWOT analýzu a konkurenční prostředí.
2. V rámci rozboru 4P ověřte vlastnosti materiálu, určete prodejní cenu, cílovou skupinu a vhodné distribuční cesty a nástroje komunikace pro získání povědomí o produktu u široké veřejnosti.
3. Na základě analýz a experimentů odhadněte úspěch firmy PLACHTY SK při realizaci marketingové koncepce do praxe.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

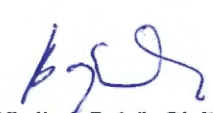
1. Skupina autorů pod vedením Ing. Otakara Pivody, redaktor Ing. Karel Hyndrák. Učební text pro kurz CIMA-A - ICV institut, inst. certifikovaného vzdělávání. Praha : ICV institut, 2007.
2. Michael R. Solomon, Greg W. Marshall, Elnora W. Stuart. Marketing očima světových marketing manažerů. Brno : Computer Press, a. s., 2006. ISBN 80-251-1273-x.
3. Doc. RNDR. Pavel Strnad, CSc. a PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph. D. Technická univerzita v Liberci. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2009. ISBN 978-80-7372-450-4.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Štočková**
Katedra hodnocení textilií

Datum zadání bakalářské práce: **31. října 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **27. května 2013**


Ing. Jana Drašarová, Ph.D.
děkanka




Ing. Vladimír Bajzík, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 1. listopadu 2012

PROHLÁŠENÍ

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom(a) povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultanty.

Datum:

Podpis:

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala paní tajemnici katedry hodnocení textilií Ing. Haně Štočkové za vedení při vypracování bakalářské práce a za velkou podporu a pomoc při plnění experimentální části práce. Taktéž bych ráda poděkovala Technické univerzitě v Liberci za poskytnutí prostoru a zapůjčení technického vybavení, bez kterého by nebylo možné experimentální část mé bakalářské práce provést. Současně můj velký dík patří konzultantům doc. Ing. Antonínovi Havelkovi, CSc. a Ing. Rudolfovi Třešňákovi z katedry oděvnictví a Ing. Janě Grabmüllerové z katedry textilních materiálů, FT TUL. Velké poděkování patří též vedení firmy PLACHTY SK, pro níž marketingovou koncepci ve své práci navrhuji. A v neposlední řadě bych ráda poděkovala za maximální pochopení a podporu mé rodiny a blízkých, kteří nejen po dobu zpracovávání bakalářské práce, ale po celou dobu distančního studia, byli mou velkou oporou.

ANOTACE

Předmětem mé bakalářské práce je návrh nové marketingové koncepce pro společnost PLACHTY SK, která na Slovensku obchoduje v oblasti prodeje bavlněných prostěradel s polyuretanovým zátěrem, určených k ochraně matrací. Popisuji současný stav firmy, analyzuji trh, stanovuji cíle, kterých by měla společnost dosáhnout v průběhu 2-3 let a navrhuji marketingový mix 4P – ověřuji kvality produktu, stanovuji cenovou politiku, určuji distribuční cesty a navrhuji způsob propagace. Nakonec odhaduji výsledky firmy na základě provedených analýz a závěrem se vracím k tomu, zda předpokládané odhady výsledků korespondují s v úvodu stanovenými cíly společnosti PLACHTY SK.

KLÍČOVÁ SLOVA:

marketing, koncepce, firma, obchod, prostěradlo, prodej, bavlna, polyuretan, polyester, ochrana, matrace, stav, analýza, cíl, marketingový mix, 4P, produkt, cena, distribuce, komunikace, PLACHTY

ANNOTATION

The subject of my bachelor's thesis is concept of new marketing strategy for company PLACHTY SK which does trade with special bed sheets for protection of mattresses in the Slovak Republic. These bed sheets are made from cotton, polyester and polyuretan layer. I would like to describe the actual situation of the whole company, I do analyze market, determinate targets for next two to three years and design marketing mix 4P (product, price, place, promotion) – i.e. I do test quality of product, determinate pricing, distribution channels and promotion options. In the end of my bachelor's thesis I am making estimation of results of the company based on analysis done and finally I am coming back to show if results of analyses meet targets determined in the beginning.

KEY WORDS:

marketing, strategy, company, business, bed sheet, sale, cotton, polyuretan, polyester, protection, mattress, actual situation, analyze, target, marketing mix, 4P, product, price, place, promotion, PLACHTY

SEZNAM ZKRATEK

např.	například
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
pozn.	poznámka
r.	rok
č.	číslo
EUR	měna Euro
Kč	měna Koruna česká
min.	minimálně
BCG	Boston Consulting Group
GE	General Electric
tzn.	to znamená
vč.	včetně
max.	maximálně
tj.	to je
resp.	respektive
tzv.	takzvaný
příp.	případně

OBSAH

1. ÚVOD.....	9
2. VŠE O FIRMĚ	9
3. CÍLE PODNIKU V NÁSLEDUJÍCÍCH 2-3 LETECH.....	14
4. ANALÝZA TRHU A SITUAČNÍ ANALÝZA SPOLEČNOSTI PLACHTY SK.....	15
4.1 BCG METODA ANALÝZY (BOSTON CONSULTING GROUP) Z HLEDISKA RŮSTU TRHU A RELATIVNÍHO TRŽNÍHO PODÍLU	15
4.2 GE (GENERAL ELECTRIC) METODA PRO HLEDÁNÍ INVESTIC	16
4.3 PORTEROVA STRUKTURÁLNÍ ANALÝZA	17
4.4 ANSOFFOVA MATICE A VOLBA STRATEGIE	19
5. PRŮZKUM TRHU.....	20
CÍLOVÁ SKUPINA.....	20
5.1 PRŮZKUM TRHU ZAMĚŘENÝ NA DOMÁCÍ UŽIVATELE.....	21
<i>Interpretace výsledků.....</i>	<i>25</i>
5.2 PRŮZKUM TRHU ZAMĚŘENÝ NA STÁTEM ČI SOUKROMÝM SUBJEKTEM ZŘIZOVANÉ ORGANIZACE	26
<i>Interpretace výsledků.....</i>	<i>27</i>
6. MARKETINGOVÝ MIX – ROZBOR 4P (PRODUCT-PRICE-PLACE-PROMOTION, NEBOLI PRODUKT-CENA-DISTRIBUCE-KOMUNIKACE).....	27
6.1 PRODUKT – PRVNÍ P	27
6.1.1 <i>Ověření vlastností materiálu - experiment.....</i>	<i>28</i>
6.1.1.1 <i>Propustnost vodních par.....</i>	<i>28</i>
6.1.1.2 <i>Měření pronikání vody tlakem vodního sloupce</i>	<i>29</i>
6.1.1.3 <i>Metoda „tisíce bodů“ – rastrovací mikroskop</i>	<i>33</i>
6.2 CENA – DRUHÉ P.....	36
6.2.3 <i>Konkrétní nastavení cenové politiky pro distributory společnosti PLACHTY SK</i>	<i>37</i>
6.2.4 <i>Ceny v přímém prodeji firmám a institucím</i>	<i>38</i>
6.3 DISTRIBUCE – TŘETÍ P	39
6.3.1 <i>Přímý prodej do domácností.....</i>	<i>39</i>
6.3.2 <i>Potenciální distributoři.....</i>	<i>39</i>
6.3.3 <i>Potenciální přímí odběratelé – instituce a firemní klientela.....</i>	<i>40</i>
6.4 KOMUNIKACE – ČTVRTÉ P	41
7. ODHAD REAKCE KONKURENCE	42
8. CÍLE A ODHAD ÚSPĚCHU.....	43

9. ZÁVĚR.....	45
CITOVANÁ LITERATURA.....	46
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	48
SEZNAM TABULEK	48

1. ÚVOD

Cílem mé bakalářské práce je popsat současný stav obchodování společnosti PLACHTY SK s. r. o. (dále jen PLACHTY SK) registrované u Městského obchodního soudu Bratislava, a to z hlediska situace na trhu, příležitostí a hrozeb, silných a slabých stránek. K popisu situace patří též popis regionu a předpoklady pro obchodování v regionu. Podstatnou částí práce bude podrobná analýza firmy z hlediska růstu trhu a relativního tržního podílu, z hlediska hledání investic, konkurenčních výhod a velikosti trhu a v neposlední řadě z hlediska trhu v souvislosti s produktem. Dle výsledků analýz a zjištěných dat v průzkumu trhu, který bude proveden na známém portále v podobě ankety, vznikne optimální marketingový mix (4P), jenž je zároveň experimentální částí práce. Závěrečnou statí bude odhad výsledků implementace navrženého marketingového mixu.

2. Vše o firmě

Firma PLACHTY SK se zaměřuje na šití ochranných nepropustných a přitom prodyšných prostěradel z materiálů Tencel, Froté a Jerzey. Společnost PLACHTY SK by ráda rozšířila své působení. Má v plánu realizovat prodej prostřednictvím nové distribuční sítě, přičemž přímé prodeje domácím uživatelům přes fungující e-shop a přímé dodávky institucím a firemní klientele si chce ponechat pod svým patronátem.

Vize a mise podniku

PLACHTY SK s. r. o. je obchodní společností, jež byla založena v listopadu 2011 a navazuje na obchodní činnost, kterou provozovala jednatelka společnosti na své IČ již od roku 2008.

Vizi společnosti vyjadřuje motto: „PLACHTY SK vždy suchý a čistý matrac“.

Strategie společnosti klade velký důraz na kvalitu poskytovaných produktů a služeb na základě znalosti potřeb zákazníků. Dodržováním etiky ve vztazích uvnitř i vně společnosti upevňuje vedení celkovou důvěryhodnost.

Důvěryhodností rozumí majitelé takové klima, kdy je zákazník spokojen s dodávkou zboží či poskytnutou službou a vrací se. Uživatelé produktu jsou většinou kojenci a lidé důchodového

věku. Samotný tento fakt vede vedení firmy k dodržení etiky, solidarity a vzájemnému porozumění mezi zákazníkem a firmou.

Za největší hodnotu považuje vedení společnosti PLACHTY SK své know-how a kvalitní materiály. Pro plnění cílů přistupuje vedení k pravidelnému přezkoumání situace a směřuje tím společnost k trvalému zvyšování efektivity.

Dosahováním stanovených cílů a péčí o spokojeného zákazníka podporuje trvalý zdravý růst společnosti a konkurenceschopnost jejích služeb.

Sortiment PLACHTY SK
















































PLACHTY SK nabízí napínací prostěradla ze tří druhů materiálů - Froté, Jersey a Tencel. Základ vrchní vrstvy tvoří pletenina ze stoprocentní nebo padesátiprocentní bavlny doplněné polyesterem, u froté je navíc vazba zpevněna polyesterovým vláknem. Rub prostěradla je překryt polyuretanovou vrstvou vyráběnou technologií tisíce bodů, která zajišťuje dobrou prodyšnost materiálu. Materiály jsou k dispozici v několika barevných odstínech, což umožňuje dobrou sladitelnost s barevností interiérů. To oceňují zejména maminky malých dětí, jejichž pokojíčky hrají všemi barvami. Prostěradla jsou šita v mnoha rozměrech, které se řídí normovanými velikostmi matrací, na vyžádání je možné ušítí prostěradel jakýchkoli délek a šířek.

Barevnost a rozměrová dostupnost **Tencel** prostěradel.

Rozměr	Dostupné barvy							
60 x 120 cm								
70 x 160 cm								
70 x 140 cm								
80 x 160 cm								
80 x 200 cm								
90 x 200 cm								
100 x 200 cm								
120 x 200 cm								
140 x 200 cm								
160 x 200 cm								
180 x 200 cm								
200 x 200 cm								
220 x 200 cm								

Obrázek 1 - Barevná škála textilie Tencel (1)

Barevnost a rozměrová dostupnost Jersey prostěradel.

Rozměr	Dostupné barvy
60 x 120 cm	   
70 x 140 cm	   
70 x 160 cm	   
80 x 160 cm	   
80 x 200 cm	   
90 x 200 cm	   
100 x 200 cm	   
120 x 200 cm	   
140 x 200 cm	   
160 x 200 cm	   
180 x 200 cm	   
200 x 200 cm	   
220 x 200 cm	   

Obrázek 2 - Barevná škála textilie Jersey (1)

Barevnost a rozměrová dostupnost Froté prostěradel.

Rozměr	Dostupné barvy
60 x 120 cm	      
70 x 140 cm	      
70 x 160 cm	      
80 x 200 cm	      
80 x 160 cm	      
90 x 200 cm	      
100 x 200 cm	      
120 x 200 cm	      
140 x 200 cm	      
160 x 200 cm	      
180 x 200 cm	      
200 x 200 cm	      
220 x 200 cm	      

Obrázek 3 - Barevná škála textilie Froté (1)

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analýza firmy PLACHTY SK

Silné stránky (vnitřní prostředí)

- Dosavadní úspěšný přímý prodej majitelky firmy, provozovaný při mateřské dovolené prostřednictvím známých a jejich dobrých referencí, vlastního e-shopu a prodejního portálu www.mimibazar.sk.
- Propracovaná technika šití speciálního materiálu s polyuretanovým zátěrem a kvalitní technologie šicího stroje.
- Nízké režijní náklady (šicí dílna ve vlastních prostorách).
- Byť ne optimální, ale doposud dostačující webové stránky s modulem pro objednání, které by se daly rozšířit o partnerskou zónu určenou distributorům, kteří mají odlišné obchodní a cenové podmínky než koncový uživatel.
- Již vyzkoušená kvalita materiálu, který odpovídá důležitým normám a získal certifikaci Asociace pro výzkum a testování ekologického textilu - Oekotex Standard 100 class 1.

Slabé stránky (vnitřní prostředí)

- Nedostatečné finanční zázemí pro rychlejší rozvoj obchodu a masivnější propagaci.
- Prozatím nedostatečný personál pro velkoobjemové zakázky.
- Výrobce materiálu neudělil firmě PLACHTY SK status exkluzivního/výhradního obchodního partnera pro Slovenskou a Českou republiku.

Příležitosti (vnější prostředí)

- Minimálně pokrytý slovenský trh ochrannými prostěradly.
- Minimálně pokrytý český trh ochrannými prostěradly (potenciál do budoucna).
- Nevybavenost zdravotnických zařízení, domovů důchodců a kojeneckých ústavů a školek.
- Dostatečný počet prodejců komodity bytového textilu zahrnujícího i ložního prádlo, dále lékáren a prodejců zdravotnických pomůcek, kteří by se mohli stát distributory zboží, a to jak ve Slovenské republice, tak příp. v České republice.
- Cenová konkurenceschopnost.

- V případě splnění přísných norem vztahujících se na textilie pro zdravotnická zařízení zde existuje potenciál zařazení produktu do skupiny zboží, na které přispívá zdravotní pojišťovna.

Hrozby (vnější prostředí)

- PLACHTY SK nemá exkluzivitu -> nápad podnikatelů Novákových použije někdo další a zvýší se míra konkurence.
- Konkurenční produkty na stávajícím trhu, které jsou vyrobeny z obdobných materiálů.
- Tvzení odborníků zaměřených na komfort textilií o tom, že není dosud potvrzeno, že materiály s nejrůznějšími zátěry mají též hydrofobní vlastnosti jako např. goretexové materiály. *Pozn. Začala-li by mediální vlna, která by tyto materiály odsuzovala, mohl by být prodej ohrožen. Navíc odborníci z oboru tvrdí, že tyto materiály vydrží jen omezený počet prání, poté ztrácí své hydrofobní vlastnosti.*
- Ne příliš příznivá ekonomická situace v SR.

Popis zvoleného regionu

Slovenská republika

- vznik v r. 1992
- počet obyvatel 5.404.322 (2)
- měna EUR
- počet obyvatel ve věku 1-3 roky (uživatelé zboží) ... mezi 25.000 – 30.000 (2)
- počet obyvatel ve věku 70 let a výše (uživatelé zboží) ... mezi 20.000 – 23.000 (2)
- počet žen v produktivním věku (decision makers) ... cca 40.000 (2)

Přesné údaje jsou uvedeny v příloze č. 1 Demografický vývoj SR od r. 2001 do r. 2010 (3)

- míra nezaměstnanosti v roce 2012 14,0 (4) Prešovský kraj na nejvyšších příčkách
- průměrná měsíční mzda 805 EUR (5) nejnižší mzdy mají Prešovští

Částka je oficiálně potvrzena prohlášením Slovenského statistického úřadu, vydaným dne 6. března 2013, které je přílohou č. 2 bakalářské práce.

Z toho vyplývá, že od prodeje v Prešovském kraji si firma moc slibovat nemůže, naopak dá se předpokládat, že obchodně nejaktivnější bude region Bratislava.

Konkurenční produkty na SR trhu

Konkurenční produkty:

- Bavlněná prostěradla s podšívkou ze syntetického PVC materiálu - cena cca 36 EUR.
- Chrániče matrace – textilní prošivaná plachta s PVC zátěrem bez odnímatelného potahu pěnové vrstvy – cena od 40 EUR výše.
- Nejběžnější používaný produkt – jednorázové absorpční podložky pohybující se v ceně od 8 EUR á 20ks – cena dle velikosti a počtu kusů v balení.
- Nenatahovací prostěradla vyráběná obdobnou technologií (bavlna + polyuretan) se systémem vázání na matraci – cena od 12,5 EUR.

3. Cíle podniku v následujících 2-3 letech

Cílem podniku jsou jednotlivé kroky (zpravidla krátkodobé), které zabezpečují poslání firmy. Cíle musí být přiměřené a dostatečně konkrétní, správně formulované, sourodé, kontrolovatelné a měřitelné. (6)

DEFINICE CÍLŮ PLACHTY SK

Zvýšení míry zisku v následujícím roce o min. 10%.

Zvýšení míry zisku může firma dosáhnout např. zvýšením produktivity, snížením nákladů, vývojem nových produktů, investicemi do nových technologií, vstupem na nové trhy. (6)

Získání většího podílu na slovenském trhu prostřednictvím nově vytvořené distribuční sítě (kamenné prodejny a e-shopy s plošnými textiliemi, resp. ložním prádlem).

Zavedení spolehlivého distribučního systému je předpoklad úspěchu.

Kromě toho, že firma musí prodejce přesvědčit k distribuci, musí si také dát pozor na jejich zvyklosti. Např. americká společnost Wal-Mart nezohlednila při snaze vstoupit na německý trh zvyklosti prodejců, nutila je k centralizovanému systému skladového hospodářství a narazila na velký odpor, který vedl k tomu, že obchodní domy Wal-Mart zůstaly prázdné. (7)

Upevnění vztahů se stávající zákaznickou základnou.

Pravidelné informování o novinkách, cenových zvýhodněních, odměnách za věrnost.

Oslovení nové cílové skupiny.

Navázání prvních kontaktů s nemocnicemi, poliklinikami, domovy důchodců, kojeneckými ústavy, hotely a penziony

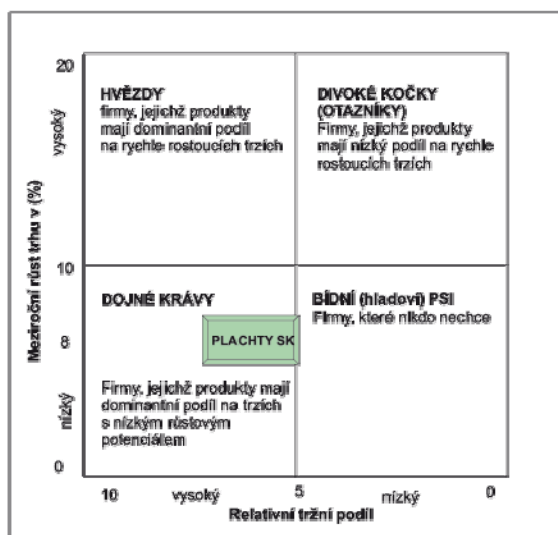
Vejít do povědomí veřejnosti ve větší míře.

Nástrojů pro zvýšení povědomí je celá řada. Vzhledem k tomu, že tyto nástroje jsou podrobněji rozebrány v bodě 6.4 této práce (Komunikace - čtvrté P) zde jsou uvedeny jen některé z nich – vylepšení webových stránek, založení facebookového profilu, rozesílka newsletterů, reklama v obchodech, které zboží distribuují. Reklama ve zdravotnických zařízeních.

4. Analýza trhu a situační analýza společnosti PLACHTY SK

4.1 BCG metoda analýzy (Boston Consulting Group) z hlediska růstu trhu a relativního tržního podílu

Meziroční růst trhu (8%) lze zjistit na: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=43669>



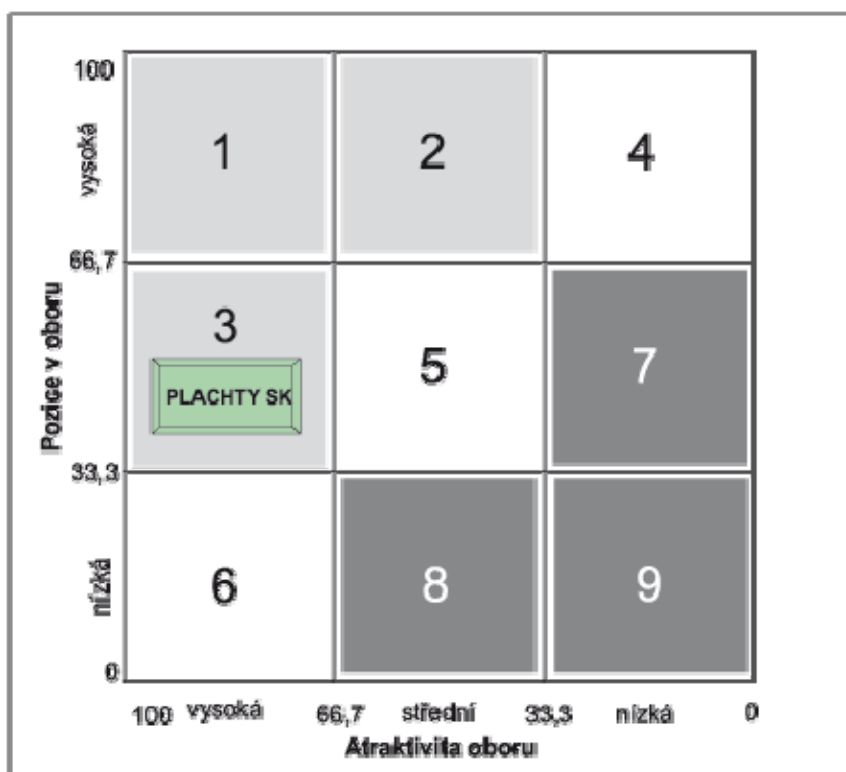
Obrázek 4 - BCG matice (1)

Výsledek analýzy

Z BCG analýzy je patrné, že firma PLACHTY SK má dominantní podíl na trhu s prostěradly s polyuretanovým zátěrem. Dá se předpokládat, že konkurence příliš neporoste, protože potenciál růstu trhu také není silný. Společnost PLACHTY SK si tedy svou pozici bude moci udržet i při vynaložení nízkých nákladů.

Vzhledem k tomu, že firma má v plánu rozvíjet obchod a zvyšovat obraty, expandovat do všech regionů Slovenské republiky a do budoucna také do České republiky, bude muset investovat do technologií, přístrojů a zařízení. Bude se chtít posunout do kategorie HVĚZD.

4.2 GE (General Electric) metoda pro hledání investic



Obrázek 5 - GE matice (1)

Vysvětlení kvadrantů (6)

Políčka 1-3 představují tzv. zelenou zónu pro investice (firma investuje, aby se udržela na trhu a zlepšila svou pozici).

Políčka 4-6 vytvářejí oranžovou zónu (selektivní investice, nutno zvažovat možné riziko spojené s investováním), jde spíše o krátkodobé investice.

Políčka 7-8 se nazývají červenou zónou, zpravidla se neinvestuje (výjimečně bezrizikové krátkodobé investice), připravuje se útlum, ukončení podnikání či likvidace.

Políčko 9 také patří do červené zóny. Jedná se o stav omezených investic se zaměřením na snížení rizika a přípravu na ukončení podnikání (ať už v jakékoli formě).

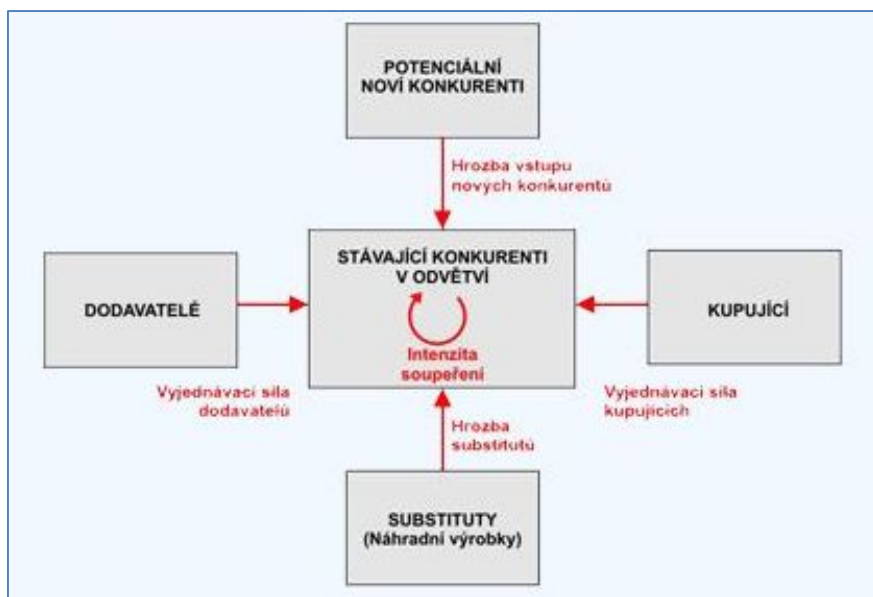
Výsledek analýzy

Pozice PLACHTY SK je průměrná, investuje se tak, aby se zvýšil tržní podíl nebo se koncentroval na nejperspektivnější segmenty trhu.

4.3 Porterova strukturální analýza

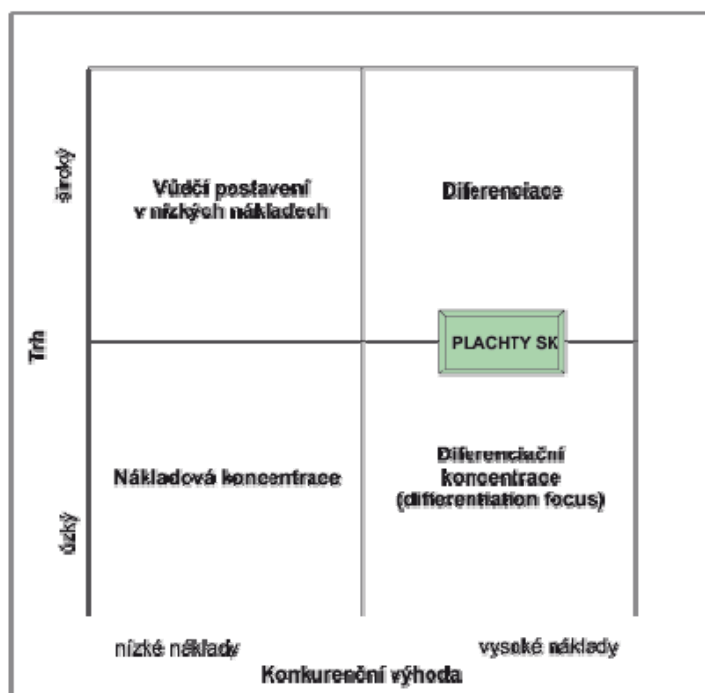
Porterova analýza zkoumá přitažlivost odvětví pro investory. Vychází z pěti základních konkurenčních faktorů (sil, tlaků). (8)

- hrozba nových vstupů do odvětví
- soupeření mezi stávajícími firmami
- dohadovací schopnost kupujících
- dohadovací schopnost dodavatelů
- hrozba náhražek



Obrázek 6 - Schéma Porterových pěti konkurenčních sil (8)

Porter v analýze proti sobě staví konkurenční výhodu a velikost trhu.



Obrázek 7 - Porterova konkurenční matice (1)

Výsledek analýzy

Firmu plachty SK jsem zařadila na pomezí sektorů diferenciací a diferenciacní koncentrace z toho důvodu, že se na jednu stranu zaměřuje na jasně definovanou skupinu obyvatel (nejčastějšími uživateli jsou děti a starší lidé s inkontinenčními problémy), rovněž se zaměřuje na to co zákazník (tedy decision maker) ocení, tudíž ochrannou funkci, dobrou cenu, kvalitu materiálu, komfort (paropropustnost, prodyšnost, hydrofobita) a svým produktem se snaží odlišit v rámci segmentu (prodyšná polyuretanová vrstva).

4.4 Ansoffova matice a volba strategie

Ansoff proti sobě staví trh a produkty. Ve kterém kvadrantu bychom našli PLACHTY SK?

Tabulka 1 - Analýza firmy dle Ansoffa (1)

	Existující produkty	Nové produkty
Existující trh	Tržní penetrace	Rozvoj produktu
Nový trh	Rozvoj trhu	Diverzifikace

Definice strategií (6)

Tržní penetrace - firma se bude snažit více proniknout s existujícím produktem na existujícím trhu (tržním segmentu). Cílem je zvýšit svůj tržní podíl. Jde o nejméně rizikovou strategii, protože firma může využít stávající zdroje, postupy a kapacity.

Rozvoj trhu - zahrnuje hledání dodatečných tržních segmentů nebo regionů. Firma využívá existující produkty a pokud je zvládá produkovat kvalitně, může jít o vhodnou strategii. Je rizikovější než předchozí strategie.

Rozvoj produktu - firma inovuje produkt a snaží se ho uplatnit na stávajících trzích. Tato strategie je vhodná, pokud je firma silná v inovacích. Rozvoj nového produktu je rizikovější než předchozí strategie.

Diverzifikace - jde o nejrizikovější variantu ze všech čtyř. Podnik musí inovovat stávající výrobek nebo vyvinout nový a uspět s ním na novém trhu.

Výsledek analýzy

Vzhledem k tomu, že jedním z hlavních cílů firmy PLACHTY SK je zvýšit podíl na trhu a dosáhnout vyššího zisku, firma se vydá cestou tržní penetrace a rozvoje trhu, neboť se pokusí zasáhnout trh i v dalších, dosud nepodchycených regionech a oslovit další tržní segment.

5. Průzkum trhu

Firma PLACHTY SK se rozhodla proniknout na celý slovenský trh, protože zbožím, které si vybrala pro své obchodování, je vybraný trh nepokryt. V nabídce některých prodejců se objevuje obdobné zboží, nicméně nedosahuje kvalit prostěradel společnosti PLACHTY SK.

Konkurenční produkt nemá spodní hydrofobní vrstvu z pohodlného polyuretanu, nýbrž z PVC, tím pádem je komfort textilie značně snížen díky neprodyšnosti. Kromě toho materiál šustí. Technologie výroby prostěradel firmy PLACHTY SK, tzv. technologie „tisíce bodů“ je ojedinělá, a to vnímají majitelé firmy jako velkou konkurenční výhodu.

Cílová skupina

Domácí uživatelé:

- maminky s malými dětmi – decision makers – matky dětí
- senioři v domácnosti – decision makers - potomci v produktivním věku pečující o rodiče

Uživatelé v institucích státem nebo soukromým subjektem zřizovaných:

- kojenci v kojeneckých ústavech – decision maker – provozní manager, majitel ústavu, příp. ekonomický/výkonný ředitel
- důchodci v domovech důchodců – decision maker – provozní manager, majitel ústavu, příp. ekonomický/výkonný ředitel
- uživatelé v lůžkových částech státních či soukromých nemocnic – decision maker – provozní ředitel, ekonomický ředitel, politické lobby
- hoteloví hosté všech věkových kategorií – decision maker – provozní ředitel, ekonomický ředitel

5.1 Průzkum trhu zaměřený na domácí uživatele

Průzkum trhu zaměřený na domácí uživatele probíhal prostřednictvím ankety na webových stránkách www.mimibazar.sk.

Otázky ankety:

1) Hodila by se vám do domácnosti pohodlná prodyšná, ale nepromokavá prostěradla?

a) ano

b) ne

c) nevím

2) Z jakého důvodu?

Nevyplňujte v případě, že jste v otázce č. 1 odpověděli za b) ne nebo za c) nevím

a) přechod dítěte od plen na nočník

b) péče o dospělou osobu s problémy inkontinence

c) alergie na roztoče

3) Znáte firmu PLACHTY SK?

a) ano

b) ne

c) nevím

4) Zakoupili jste již někdy v minulosti prostěradlo od firmy PLACHTY SK?

a) ano

b) ne

c) nevím

5) Zakoupili jste již někdy v minulosti obdobný produkt jiného výrobce?

a) ano

b) ne

c) nevím

Výsledky ankety

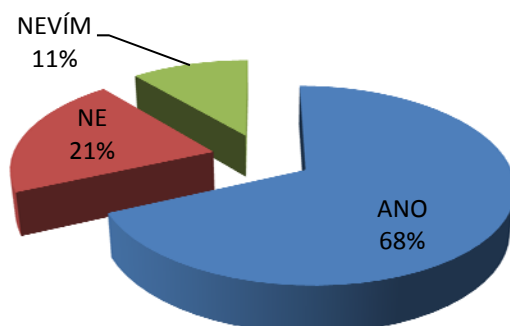
Anketa byla umístěna na portále www.mimibazar.sk 14 dnů. Na tomto obchodním portále, jehož návštěvníky jsou zejména maminky malých dětí, má firma PLACHTY SK poměrně mohutnou kampaň, která jí přináší velkou část obrátu. Portál je nejen reklamní, ale též prodejní, tudíž přímo odtud chodí firmě noví zákazníci, kteří se posléze pro nákup přeorientují na web firmy PLACHTY SK. Tento přístup zákazníků je ověřen systémem Google Analytics.

Celkem odpovědělo 324 respondentů a výsledky jsou uvedeny v tabulce. Grafy znázorňují procentuální poměr mezi odpověďmi, ano, ne, nevím, v případě otázky č. 2 podíl mezi jednotlivými druhy důvodů.

Tabulka 2 - Vyhodnocení spokojenosti zákazníka (1)

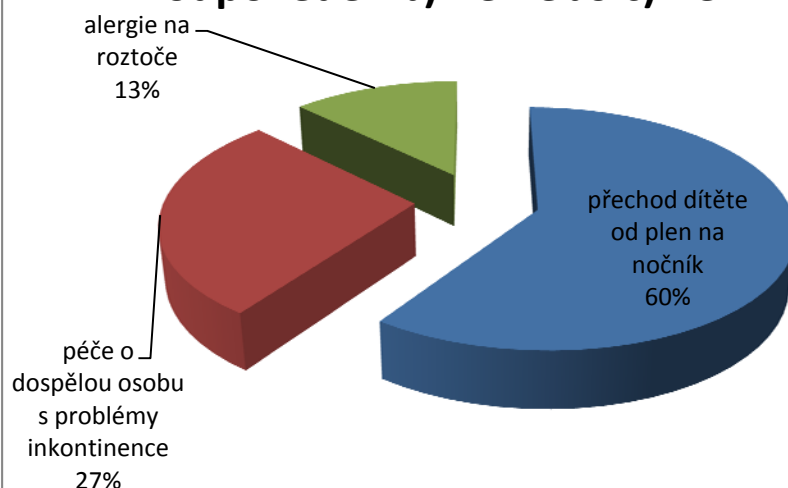
Otázka	Celkem odpovědělo respondentů: 324					
	ANO / přechod dítěte od plen na nočník		NE / péče o dospělou osobu s problémy inkontinence		NEVÍM / alergie na roztoče	
1) Hodila by se vám do domácnosti pohodlná prodyšná, ale nepromokavá prostěradla?	221	68,21%	67	20,68%	36	11,11%
2) Z jakého důvodu? <i>Nevyplňujte, v případě, že jste v otázce č. 1 odpověděli b) ne nebo c) nevím</i>	132	59,73%	61	27,60%	28	12,67%
3) Znáte firmu PLACHTY SK?	167	51,54%	156	48,15%	1	0,31%
4) Zakoupili jste již někdy v minulosti prostěradlo od firmy PLACHTY SK?	76	23,46%	248	76,54%	0	0,00%
5) Zakoupili jste již někdy v minulosti obdobný produkt jiného výrobce?	54	16,67%	255	78,70%	15	4,63%

1) Hodila by se vám do domácnosti pohodlná, prodyšná, ale nepromokavá prostěradla?



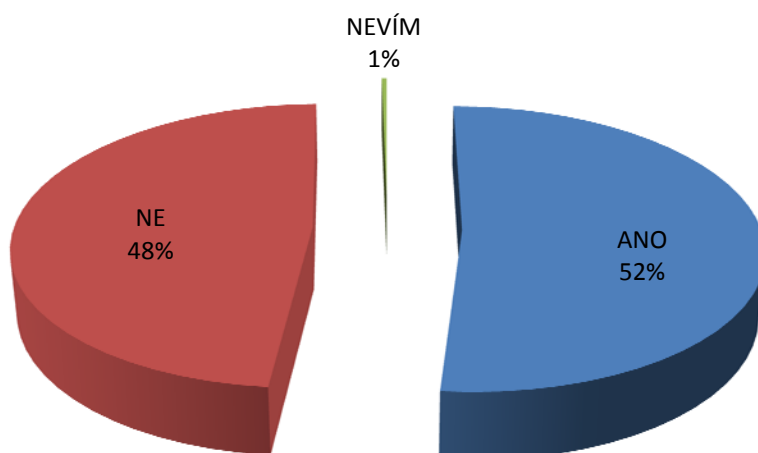
Obrázek 8 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 1 (1)

2) Z jakého důvodu? Nevypĺňujte, v případě, že jste v otázce č. 1 odpověděli b) ne nebo c) nevím



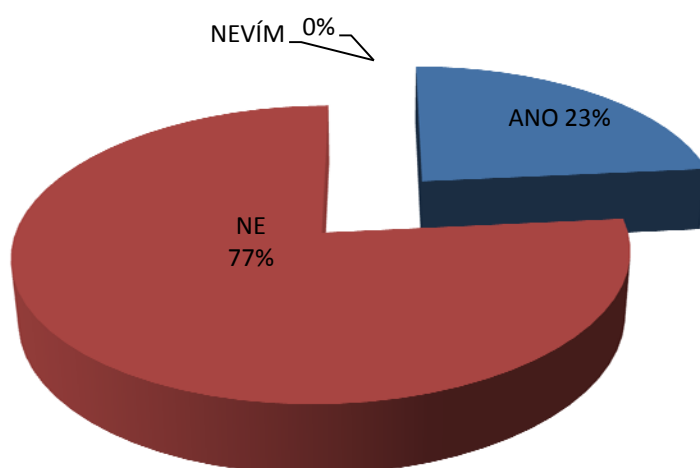
Obrázek 9 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 2 (1)

3) Znáte firmu PLACHTY SK?



Obrázek 10 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 3 (1)

4) Zakoupili jste již někdy v minulosti prostěradlo od firmy PLACHTY SK?



Obrázek 11 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 4 (1)



Obrázek 12 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 5 (1)

Interpretace výsledků

Jestliže téměř 70% respondentů odpovědělo, že by se jim prostředadlo s polyuretanovým zátěrem do domácnosti hodilo, dá se z výsledku usuzovat, že se jedná o produkt, který vyvolává zájem u cílové skupiny matek malých dětí.

Procento respondentů, kteří uvedli jako důvod pořízení prostředadla pro ochranu matrace při odnaučování malých dětí od plen, koresponduje s celkovými výsledky. Téměř 60% těch, kteří otázku 2 zodpověděli, uvedlo právě tento důvod. Počet těch, kteří uvedli, že je důvodem ochrana matrace při péči o osobu s problémy inkontinence, rovněž není nezanedbatelné – skoro 28%. Z toho se dá usuzovat, že valná většina kupujících budou maminky a ženy v produktivním věku, které se starají o své rodiče.

Přes 50% dotazovaných společnost PLACHTY SK zná. Toto procento je až nepřírozně vysoké, ale je dáno tím, že firma již dlouhou dobu na portále www.mimibazar.sk inzeruje a zmíněný portál je již od počátku aktivit společnosti jedním z prodejních kanálů.

Necelých 23,5% dotazovaných již někdy v minulosti zboží od firmy PLACHTY SK zakoupilo. Jedná se o necelou ¼ respondentů, potenciál zvýšení prodejů se dá předpokládat, pokud se firma na portále bude dále zviditelňovat.

Téměř 80% dotazovaných uvedlo, že ještě nikdy obdobný konkurenční produkt nezakoupilo. Oproti tomu necelých 17% již někdy v minulosti konkurenční produkt pořídilo. Tento fakt bychom měli brát s velkou rezervou. Proč? Protože anketa na webu neumožňovala specifikovat konkurenční produkty přesně, tudíž velká část dotazovaných si nemusela umět správně vyložit co je obdobný produkt. Nabízí se prostěradlo s PVC materiálem nebo prostěradlo stejného složení, jen od jiného prodejce. Konkurenční produkty jsou blíže rozebrány v bodě 2.4.

Závěrem mohu konstatovat, že anketa byla úspěšná. Získat odpovědi od 324 respondentů není špatný výsledek. Velmi dobrý výsledek je ten, že z celého počtu dotazovaných již cca 20% výrobek zakoupilo a posléze na anketní otázky odpovědělo, nicméně ještě lepší výsledek je ten, že odpověděli i ti ostatní, kteří zboží vyzkoušené nemají a tudíž neměli k odpovědi prakticky žádný důvod.

Nutno podotknout, že motivací pro dotazované byla 20% sleva na nákup prostěradla dle vlastního výběru na e-shopu PLACHTY SK.

5.2 Průzkum trhu zaměřený na státem či soukromým subjektem zřizované organizace

Firma PLACHTY SK měla v hledáčku též instituce státem nebo soukromým subjektem zřizované, neboť jejím cílem do budoucna je realizovat dodávky do nemocnic, domovů důchodců a podobných institucí.

Průzkum poptávky mezi těmito subjekty proběhl metodou osobního dotazování. Manžel podnikatelky Mgr. Novák je s potenciální klientelou v dennodenním kontaktu. Obchoduje naprosto odlišnou komoditu a významnou skupinou jeho zákazníků jsou právě zdravotnická zařízení.

Výsledky dotazování

Průzkum metodou přímého dotazování je efektivní, ale výsledky nejsou k firmě PLACHTY SK příliš přívětivé. Textilie používané ve zdravotnictví podléhají několika přísným normám. Oblast zdravotnictví a péče o novorozence a důchodce je pod drobnohledem hygieniků. Zde Mgr. Novák naráží na zásadní překážku, kterou je nutnost vyvářky a dlouhodobá životnost materiálu při častém praní. Materiál, ze kterého jsou prostěradla šitá, odolává vyvářce pouze v bílém provedení, ale hlavně, při časté frekvenci zátěže v podobě praní na vyvářku si Mgr. Novák není stoprocentně jist, že polyuretanový zátěr vydrží tak dlouhou dobu, kterou by nemocnice smluvně požadovaly.

Interpretace výsledků

Materiál již nyní získal certifikát OEKO-TEX, nicméně je nutné podrobit ho testování v některém ze slovenských certifikačních zkušebních úřadů. Toto testování ukáže, zda plošná textilie s polyuretanovým zátěrem splňuje normy pro užití ve zdravotnictví, školství a sociální sféře. Až po získání tohoto osvědčení bude možné obchodně vyjednávat.

6. MARKETINGOVÝ MIX – rozbor 4P (product-price-place-promotion, neboli produkt-cena-distribuce-komunikace)

6.1 PRODUKT – první P

Jak bylo již dříve zmíněno, společnost PLACHTY SK drží ve svém portfoliu produktů nepromokavá napínací prostěradla ze tří druhů materiálu, a to Jersey, Froté a Tencel. Pro experiment, respektive pro ověření vlastností plošné textilie (jednolící pleteniny), které deklaruje výrobce, jsem vybrala prostěradlo Jersey, jehož složení je 50% bavlna, 50% polyester plus vrstva 100% polyuretan.

Výrobce uvádí, že je materiál vhodný pro děti i dospělé. Kvalitu materiálu zaručuje mezinárodní certifikát Oeko-tex Standard 100 class 1, jež získávají pouze výrobky určené pro styk s lidskou pokožkou, zdravotně nezávadné a vhodné pro děti do 3 let věku.



Obrázek 13 - Logo certifikace Oeko-Tex Standard 100 class 1 (9)

Popis produktu prodejce

Č. nomenklatury: **NPJ20090**

Popis produktu/materiálu: **Napínací prostěradlo Jersey – rozměr 200x90**

Plošná bavlněná textilie (50%), polyester (50%). Spodní vrstvu tvoří polyuretan (100%), díky kterému je prostěradlo hydrofobní ve spodní části textilie. Svrchní vrstva dobře absorbuje tekutiny. Polyuretanová vrstva je s textilní vrstvou pevně spojena, metoda „tisíce bodů“ zajišťuje vynikající prodyšnost materiálu.

Celková plošná hmotnost 150g/m^2 (z toho 25g tvoří polyuretanová složka), výška vodního sloupce $> 500\text{ cm}$, paropropustnost $1000\text{g/m}^2/24\text{hod}$. Barva bílá.



Obrázek 14 - Znaky údržby materiálu (1)

6.1.1 Ověření vlastností materiálu - experiment

6.1.1.1 Propustnost vodních par

Předmětem experimentu mělo být nejen měření pronikání vody tlakem vodního sloupce, ale též měření paropropustnosti dle normy EN 80 08 55 - Zjišťování relativní propustnosti vodních par plošnou textilií. (10)

Číslo normy vyjadřuje:

80 xx xx ... kategorii TEXTILNÍ SUROVINY A VÝROBKŮ

80 08 xx ... třídu skupiny ZKOUŠENÍ TEXTILNÍCH PLOŠNÝCH VÝROBKŮ

80 08 55 ... název - Zjišťování relativní propustnosti vodních par plošnou textilií

Vzhledem k tomu, že měření paropropustnosti pomocí misek se silikagelem, klimatizační komory a váhy trvá desítky hodin, měření provedeno nebylo. K tomuto rozhodnutí přispěl i ten fakt, že norma vešla v účinnost v červenci roku 1977 a pozbyla účinnosti bez náhrady v listopadu roku 2011.

V současné době se propustnost vodních par měří drahými, složitými stroji s moderním softwarem, které nejsou běžně k dispozici.

6.1.1.2 Měření pronikání vody tlakem vodního sloupce

Měření pronikání vody tlakem vodního sloupce bylo nutností. Je to základní vlastnost materiálů, přidaná hodnota, kterou zákazník oceňuje a pro kterou si prostěradlo chránící matraci, pořizuje.

Výrobce jednolící pleteniny se 100% polyuretanovým zátěrem uvádí výšku vodního sloupce vyšší než 500cm při rychlosti zvyšování tlaku vody 60cm vodního sloupce za 1 min.

V rámci tohoto měření jsem se řídila normou ČSN EN 20811 Stanovení odolnosti proti pronikání vody – zkouška tlakem vody. Zkouška spadá do stejné kategorie starých norem jako zkouška paropropustnosti, tedy EN 80 08, avšak koncové dvojčíslí zní 18, tzn. EN 80 08 18.

Norma ČSN EN 20811 nahradila normu EN 80 08 18, vešla v platnost v říjnu roku 1994. (11)

Pokus jsem prováděla na přístroji SDL M018, který je určen pro stanovení odolnosti textilií proti pronikání vody pod tlakem (v rozsahu 0 – 4000 cm vodního sloupce) a pro zjišťování pórů. Přístroj pracuje na principu odolnosti plošné textilie proti pronikání vody. Tato odolnost je vyjádřena výškou vodního sloupce, kterou textilie udrží. Na jednu stranu vzorku působí v normálním ovzduší stále se zvyšující tlak vody tak dlouho, dokud nedojde na třech místech vzorku k proniknutí vody. Tlak, při kterém voda pronikne plošnou textilií ve třetím místě, se zaznamenává. Tlak vody může na vzorek působit zespodu nebo shora. Použitý směr působení tlaku by měl být uveden v protokolu o zkoušce. Výsledek zkoušky přímo vyjadřuje odolnost výrobků z plošných textilií proti krátkodobému nebo střednědobému působení tlaku vody. (12)

Postup

K experimentu byl použit vzorek o velikosti 20cm² a byly dodrženy podmínky, které norma určuje, respektive doporučuje.

- vzorek byl vodorovný a nevydoulal se
- ze spodu působil neustále se zvyšující tlak vody
- kolem upínací hlavy neprosakovala voda
- vzorek v upínacích přírubách neprokluzoval
- voda nikde jinde než přes textilii nepronikala
- teplota ovzduší se pohybovala +/- 20°C
- rychlost zvyšování tlaku vody byla +/- 60 cm vodního sloupce za minutu
- pro provoz stroje byla použita destilovaná voda
- materiál nebyl pomačkaný, ani neměl přehyby

Měření bylo provedeno u 5 vzorků.

Textilie byla upínána do hlavy stroje tak, aby plocha destilované vody nejdříve musela proniknout lící textilní vrstvou až k polyuretanové vrstvě, která tlaku vody odolávala.

Následně byl sledován průnik vody a hlídány hodnoty tlaku na displeji stroje a zároveň byl pozorován povrch materiálu a čas objevení třetí kapky destilované vody. Z přehledu níže je patrné, že většina vzorků při měření praskla, nicméně hodnotu tlaku se i tak podařilo zaznamenat ještě před prasknutím materiálů.

Po každém pokusu bylo nutné odvodu destilované vody.

Při druhém pokusu se malinko vychylovala rychlost zvyšování tlaku vody. Norma připouští odchýlení +/- 3 cm za 1 minutu. Odchylka byla 0,1 cm za 1 minutu., tudíž na vychýlení nebyl brán ve výsledcích zřetel.

Výsledky měření

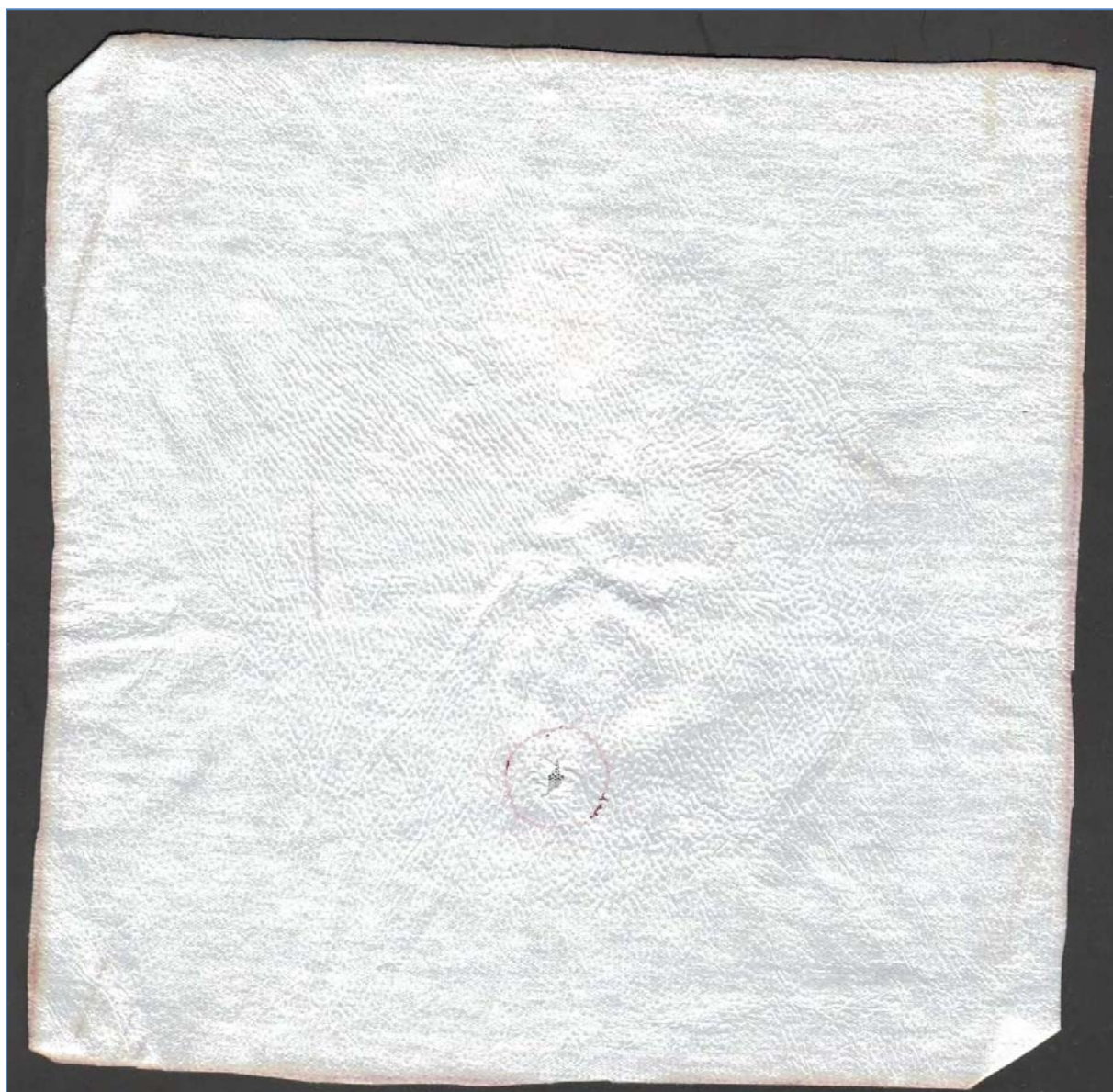
Tabulka 3 - Výsledky měření (1)

Pokus č.	Naměřená hodnota v cm	Poznámka
1	852	Objevila se pouze jedna kapka, následně materiál praskl.
2	801	Objevily se tři kapky, stroj jsem vypnula ještě před prasknutím vzorku.
3	819	Objevila se jedna kapka, následně vzorek praskl.
4	817	Objevily se tři kapky, následně vzorek praskl.
5	779	Objevila se jedna kapka, následně vzorek praskl.

Interpretace výsledku

Podařilo se jasně prokázat, že odolnost textilie proti pronikání vody, kterou deklaruje výrobce, tedy větší než 500cm, materiál skutečně splňuje a může být tedy považován za účinnou ochranu matrace proti vlhkosti.

Ukázka jednoho z měřených vzorků.



Obrázek 15 - Foto vzorku vč. místa prostupu destilované vody (1)

Takto vypadá vzorek, u kterého byla naměřena výška vodního sloupce vyšší než 1500 cm.



Obrázek 16 - Vzorek materiálu - výška vodního sloupce > 1500 cm (1)

6.1.1.3 Metoda „tisíce bodů“ – rastrovací mikroskop

Vzhledem k tomu, že metoda tisíce bodů, kterou se výrobce a prodejce chlubí jak na webových stránkách, tak na tiskovinách, není nikde v odborné literatuře popsána, byl proveden též rozbor na rastrovacím mikroskopu. Rozbor měl potvrdit nebo vyvrátit, zda materiál skutečně obsahuje tisíce bodů čehosi (pravděpodobně otvorů), co by umožňovalo výbornou propustnost vzduchu, tedy eliminovalo pocení. U obdobného typu zboží (většinou s PVC rubní vrstvou) je zvýšená míra pocení běžně se vyskytujícím neduhem, který značně snižuje komfort uživatele.

Experiment byl prováděn na rastrovacím elektronovém mikroskopu VEGA-TESCAN v laboratořích katedry textilních materiálů ve spolupráci s Ing. Janou Grábmüllerovou a výsledky byly skutečně překvapující.



Obrázek 17 - Fotografie mikroskopu VEGA-TESCAN (1)

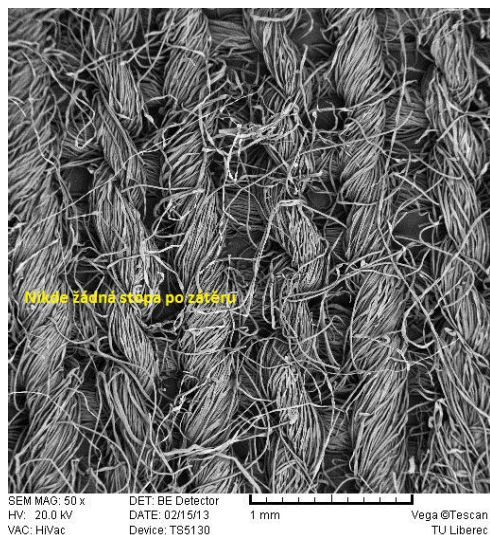


Obrázek 18 - Fotografie vzorku v nosiči mikroskopu (1)

Výsledné snímky z rastrového mikroskopu

Poznatek č. 1

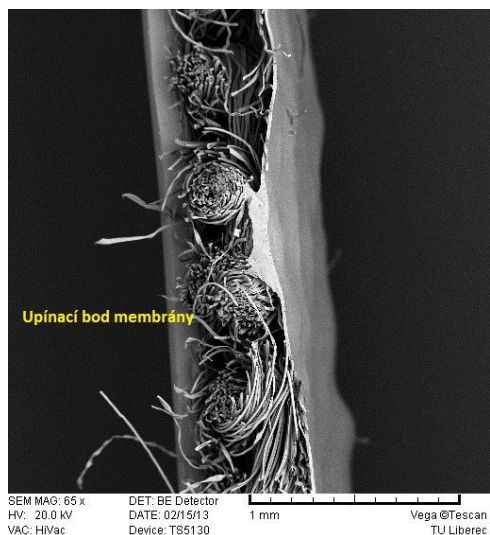
Při pohledu na líc textilie bylo podezřelé, že se mezi jednotlivými přízemi nikde nevyskytuje průnik zátěru, který je v 99% ve vazbě patrný.



Obrázek 19 - Detail lící strany textilie (1)

Poznatek č. 2

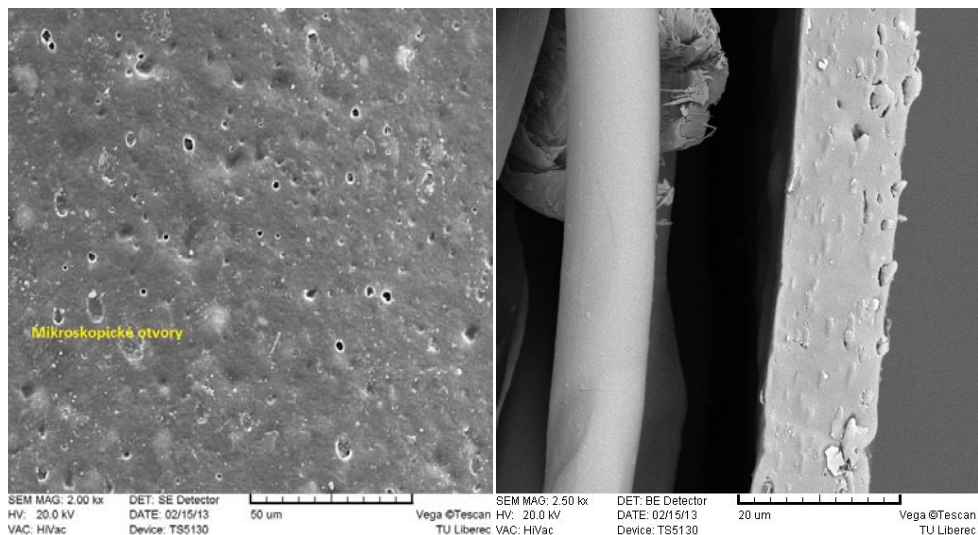
Vzhledem k poznatku 1 bylo přistoupeno k průzkumu řezu vzorku. Zde čekalo překvapení. Nejedná se o zátěr, nýbrž membránu, na obrázku je zachycen upínací bod membrány.



Obrázek 20 - Upínací bod membrány k textili (1)

Poznatek č. 3

Membrána je skutečně „děravá“. Jsou v ní patrné mikroskopické otvory, které umožňují pokožce dýchat a horní bavlněné vrstvě materiálu umožňují lépe schnout.



Obrázek 21 - Mikroskopické otvory 2 (1)

Obrázek 22 - Mikroskopické otvory 1 (1)

Poznatek č. 4

Složení příze odpovídá tomu, které uvádí výrobce. Na následujícím snímku jsou patrná jak polyesterová vlákna (s kulatým průřezem), tak bavlněná vlákna s typickým průřezem ledvinkového tvaru a stužkovým zakroucením.



Obrázek 23 - Složení materiálu (1)

Závěr ze zkoumání materiálu rastrovacím mikroskopem

Plošná textilie odpovídá složení materiálu, které v případě Jersey uvádí prodejce v poměru 50:50 - bavlna : polyester. Polyuretanová vrstva není zátěrem, nýbrž membránou! Metoda „tisíce bodů“ není jen marketingovým tahem. Membrána skutečně obsahuje množství mikroskopických otvorů, které umožňují průchod vzduchu materiálem., nikoli však průchod tekutin.

6.2 CENA – druhé P

Již v bodě 3 bylo zmiňováno zvyšování podílu na trhu prostřednictvím funkčního distribučního kanálu. Chce-li firma využít nových distribučních cest, musí tomu přizpůsobit i cenovou politiku. Musí být konkurenceschopná, výdělečná a k tomu mít prostor pro motivaci prodejců.

Vzhledem k unikátnosti produktu, nevalné konkurenci a relativně dlouhému životnímu cyklu si můžeme dovolit cenovou strategii sbírání smetany, tudíž nastavit vyšší ceny. Pokud by se konkurence probudila a podnikala kroky, kterým by zvolená strategie sbírání smetany neodpovídala, vedení firmy PLACHTY SK by se mělo přiklonit k cenové strategii soutěživého oceňování. Více o aktivitách konkurence v bodě 7 bakalářské práce.

Cenová strategie sbírání smetany je uplatňována u výrobků s předpokladem dlouhého životního cyklu. Na počátku je stanovena vysoká cena (nejvyšší jakou jsou zákazníci ochotni zaplatit) podpořená reklamou s image kvality, unikátnosti, top produktu. Jakmile poptávka ochabuje, snižuje se cena, zavádí se levnější výrobová verze, aby se zainteresovali další zájemci ze segmentu. Strategie je použitelná tehdy, má-li podnik předstih před konkurencí nebo tehdy, pokud slabší odbyt nezvýší výrazně náklady na výrobu. (6)

Cenová strategie soutěživého oceňování vychází z analýzy konkurenčních cen. Ta předpokládá pečlivé sledování nákladů a zjišťování, jak zákazník vnímá výrobek v porovnání s konkurenčními. Při této metodě se v maximální možné míře využívá marketingový výzkum. (6)

6.2.3 Konkrétní nastavení cenové politiky pro distributory společnosti PLACHTY SK

Níže je zpracována cenová politika pro produkt napínací prostěradlo Jersey – rozměr 90 x 200.

Tabulka 4 - Cenová politika firmy PLACHTY SK (1)

Článek prodejního řetězce	Sleva z doporučené koncové ceny	Prodejní cena bez DPH v EUR
Koncový uživatel – doporučená cena	0%	20,10 €
Velkoobchod	40%	12,- €
Maloobchod s nejvyššími obraty	30%	14,- €
Maloobchod se středními obraty	18%	16,50 €
Maloobchod s nejnižšími prodeji	12%	17,70 €
Celkové náklady na 1 ks (fixní + variabilní)		5,- €

Počítejme s tím, že fixní náklady se můžou v následujících letech zvýšit. Rostou ceny energií, při zvýšení produktivity bude nutné nakoupit další šicí stroj, je možné, že prostory současné šicí dílny nebudou dostačující a firma bude nucena výrobní složku přesunout do větších prostor. Je nutné tvořit rezervy při nastavení cen, abychom v budoucnu nemuseli viditelně zdražovat, což by poptávku po ochranných prostředcích mohlo negativně ovlivnit. Do ceny určitě také vstoupí náklady na reklamu, která musí být při cenové strategii sbírání smetany intenzivní.

Uvažujme, že nejnižší dosažená marže v následujících letech může být max. 7,- €, tj. téměř 35% z doporučené koncové ceny.

20% z této částky vložíme do rezerv, tj. 1,40 €

30% použijeme na propagaci produktu, tj. 2,10 €

50% z této částky ponecháme jako zisk, tj. 3,50 €

Z toho vyplývá, že firma může použít další cenové podpůrné prostředky pro rozšíření prodeje:

- 2% z nákupní ceny distribučního prodejce navíc za platbu předem nebo v hotovosti, toto platí i pro maloobchod s nejnižším obrátem u nás, neboť hodnota 2% z nákupní ceny distributora rovnající se 17,70 € je cca 0,35 €.
- další 3% za umístění bannerů a reklamních tabulí v prostoru prodejního místa (prodejní portál v případě maloobchodních prodejců s e-shopem, v případě velkoobchodníka a prodejců v kamenných prodejnách), tj cca 0,53 €.
- 1% z celkového objemu prodeje na veletrzích (vráceno formou speciální slevy při dalším nákupu). Pro zjednodušení, vezměme příklad, že maloobchodník, který nakupuje se slevou 12%, prodá na dvoudenním veletrhu 100 ks prostěradel. Od firmy PLACHTY SK nakoupil 100 ks prostěradel za 1.770,- €. Při jeho dalším hromadném nákupu mu tedy z fakturované částky odečteme navíc 17,70 €, tzn., že jsme mu odečetli od nákupní ceny jednoho prostěradla cca 0,2 €.

Celkový objem možných dosažených bonusů činí u prodejce s 12% slevou 1,08 €. Z toho vyplývá, že i kdyby PLACHTY poskytly tomuto prodejci všechny cenové bonusy, vejdou se do částky vyčleněné pro podporu prodeje a ještě 1,1 € zbude na další reklamní aktivity.

Protože firma PLACHTY SK nezaznamenala v poslední době problémy s cash flow, může vybraným obchodním partnerům, se kterými má již vybudované dobré vztahy a k nimž má důvěru, poskytnout možnost komisního prodeje v délce trvání 2 měsíců, při odběru 50 ks normovaných rozměrů prostěradel.

6.2.4 Ceny v přímém prodeji firmám a institucím

Přímé dodávky firemní klientele a institucím nemůžeme řešit dle výše uvedené obchodní politiky, cena sice bude zvýhodněná, ale odvíjející se od odebraného množství a pokud možno přizpůsobena požadavkům výběrového řízení.

Ukázka výběrového řízení na prostěradla a povlečení do státní správy je k dispozici zde: <https://sepo.army.cz/websepo/User/SelProcDisplay.aspx?id=YWg8kufgXuXmRAg51ZcFJw%3D%3D>. Bohužel, nepodařilo se sehnat zadávací dokumentaci pro dodávku do zdravotnického zařízení, ale pro představu o kritériích výběru, je tato dokumentace dostačující.

Zdravotnická zařízení uplatňují speciální požadavky na nakupované vybavení. Prostěradla by měla splňovat nejružnější normy. Jejich seznam je k dispozici na níže uvedené webové adrese.

<http://www.textil-info.cz/svet-textilu/gritem.php?val=BYT4>

6.3 DISTRIBUCE – třetí P

6.3.1 Přímý prodej do domácností

Firma PLACHTY SK se přímým prodejem domácím uživatelům zabývá již 3 roky, tudíž ví, že u uživatelů zájem o prostěradla stále přetrvává, ba co víc, i přes nevládnou ekonomickou situaci, stoupá. Právě tento fakt je motivací pro realizaci záměru rozšíření prodeje. Doposud využívala firma pro přímý prodej vlastní e-shopu. Prodej podpořila reklamou na webovém portálu určeném maminkám malých dětí www.mimibazar.sk, jehož součástí je i prodejní kanál.

6.3.2 Potenciální distributoři

V současné době by firma chtěla prodej domácím uživatelům rozšířit, a to využitím distribuční sítě maloobchodních prodejen s bytovým textilem a příp. velkoobchodu textilem.

V celém regionu Slovenské republiky, dle vyhledávače www.zoznam.sk (13) v kategorii „Bytový textil a záclony“ figuruje 462 podnikatelských subjektů.

- 145 e-shopů (považujeme za maloobchod)
- 392 maloobchodních prodejen z nichž cca 20% má vlastní e-shop (20% = 78 e-shopů, které musíme odečíst od počtu vyhledaných e-shopů v první odrážce. Tzn., že pokud budou systematicky oslovovány maloobchodní prodejny, zbude už jen 67 e-shopů, které provozují pouze prodej přes web, bez vlastní kamenné provozovny.

- 159 veľkoobchodných prodejien, z nichž každá má alespoň jednu maloobchodní prodejnu, příp. e-shop. Z toho vyplývá, že budou-li oslošovány všechny maloobchodní prodejny, budou osloveny zároveň i všichni na zoznamu.sk evidovaní veľkoprodejci.

Poznámka: katalogy firem na internetu nedostatečně promptně databáze aktualizují, dá se tedy předpokládat, že cca 10% z celkového počtu nalezených firem už není aktuálně provozováno, ve svých dalších rozborech tento fakt pro zjednodušení nabudu brát v potaz.

6.3.3 Potenciální přímí odběratelé – instituce a firemní klientela

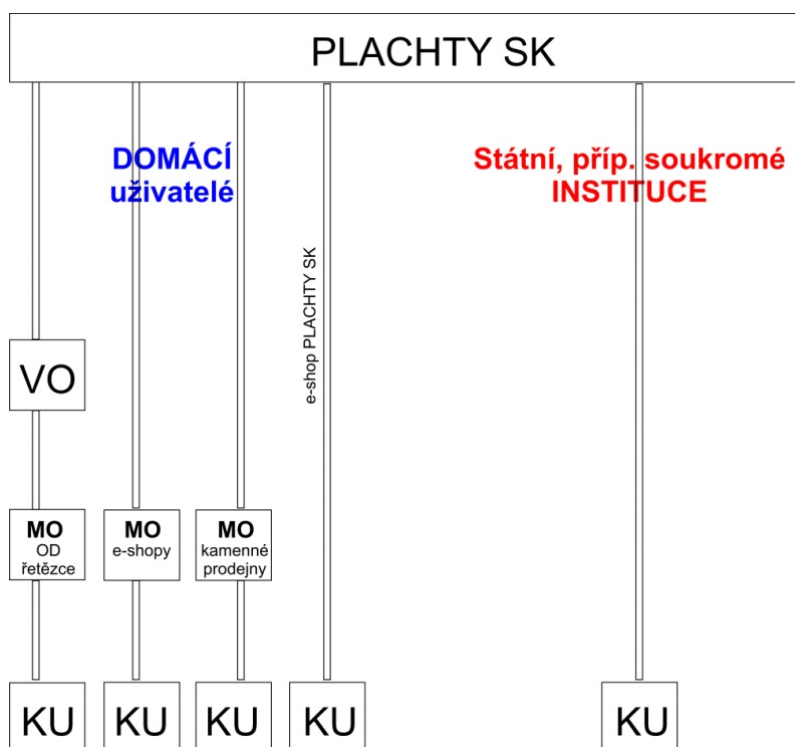
V celém regionu Slovenské republiky figuruje: (14)

- 119 státních zdravotnických zařízení s lůžkovými kapacitami.
Viz příloha č. 3 Adresář nemocnic (14)
- Několik desítek soukromých zdravotnických zařízení, z nichž jen několik (v řádu jednotek) má lůžková oddělení.
- 149 domovů důchodců a ústavů sociální péče (15)
- 937 jeslí, mateřských školek a ústavů pro opatrování dětí (16)
- Na www.zoznam.sk figuruje 2606 záznamů v kategoriích horské, městské a rekreační hotely, městské a rekreační penziony, priváty a rekreační zařízení. Dá se předpokládat, že jeden záznam se vyskytuje alespoň ve dvou kategoriích, proto bude bráno v potaz číslo 1303 potenciálních firemních zákazníků pro přímé dodávky. (17)

Shrnutí

Místa odbytu na trhu jsou. Poptávka u domácích uživatelů trvá. Je zapotřebí zjistit zájem u maloobchodních a veľkoobchodních prodejien. Co se týče maloobchodu – první kroky obchodní činnosti budou zaměřeny na menší kamenné prodejny nebo e-shopy, vzhledem k tomu, že náklady spojené se zalistováním produktu do portfolia obchodních domů a obchodních řetězců jsou pro firmu PLACHTY SK značně vysoké a v současné době nedosažitelné. Při oslovení veľkoobchodů bude kladen důraz na to přimět veľkoobchod k distribuci do řetězců a obchodních domů.

Do budoucnosti se nabízí možnost distribuce přes lékárny, prodejny se zdravotními pomůckami a e-shopy zaměřené na tento sortiment, příp. přes prodejce nábytku.



Obrázek 24- Schéma distribučních cest (1)

6.4 KOMUNIKACE – čtvrté P

Reklama v kamenných prodejnách distributorů

Forma: letáky, plakáty, stojany s grafikou

Cena reklamy: hodnota přídatné slevy z nákupní ceny + náklady na tisk

Bannerová reklama na webech distributorů a speciální sekce v produktovém portfoliu

Forma: bannery gif nebo flash různých rozměrů

Cena reklamy: hodnota přídatné slevy z nákupní ceny (vlastní výroba bannerů)

Bannerová reklama na portálech pro maminky

Forma: bannery gif nebo flash různých rozměrů

Cena: 0,5 € / 1 ks prostěradla z celkového objemu prodeje přes vlastní e-shop PLACHTY SK

Bannerová reklama na diskusních fórech žen pečujících o nemohoucí

Forma: bannery gif nebo flash různých rozměrů

Cena: 0,5 € / 1 ks prostěradla z celkového objemu prodeje přes vlastní e-shop PLACHTY SK

Newslettery s akčními a motivačními nabídkami

Adresáty jsou distributoři.

Akční ceny budou nabízeny až po vyjednání časově omezených snížených dodavatelských nákupních cen plošné textilie.

Prezentace v soukromých zařízeních pro seniory, kojence apod.

Forma: letáky, plakáty

Cena: barter – umístění a distribuce letáků po dobu tří měsíců výměnou za 10 ks prostěradel + náklady spojené s tiskem materiálů

Předváděcí akce v hotelech a penzionech

Forma: klasická prezentace materiálů

Cena: náklady na čas a pohonné hmoty obchodníka

Plánované budoucí reklamní aktivity po značném nárůstu prodeje

- akční nabídky na facebookových reklamních kampaních nebo Slevomatu.cz/sk
- TV nebo radio spot
- stánek na veletrzích, prezentace na konferencích pro hoteliéry

7. Odhad reakce konkurence

Dá se očekávat, že konkurence zareaguje takto:

- u produktů stejného charakteru
 - sníží ceny na nebo pod úroveň PLACHTY SK
 - začne s masivnějšími reklamními kampaněmi
 - začne oslovovat ty zákazníky, které právě oslovila firma PLACHTY SK
 - využije toho, že firma PLACHTY SK zatím nebude oslovovat lékárny a prodejce se zdravotními pomůckami a nábytkem a osloví je jako první

- u produktů nepřímo konkurenčních – absorpční podložky

- výrobci těchto produktů nejsou ohroženi, jejich produkty nepřicházejí o místo na trhu, nicméně dá se předpokládat, že zvýší reklamní aktivitu ve směru k prodejcům

8. Cíle a odhad úspěchu

Firma PLACHTY SK by chtěla získat v následujícím roce pro spolupráci 30 maloobchodů, resp. e-shopů a 1 velkoobchod. V současné době je její roční zisk zhruba 39.260 € při prodeji 2600 ks prostěradel ročně (počítáno průměrně 10 prostěradel denně při 260 pracovních dnech).

Po získání 30 maloobchodních prodejen by svůj zisk zvedla o cca 43.524,- €, a to za situace, že by každá prodejna prodala v následujícím roce od doby sepsání smlouvy 12 prostěradel měsíčně, tj. 3 ks týdně (12 měsíců x 12 prostěradel x 30 prodejen = 4.320 ks prostěradel) při poskytování průměrné slevy 25%.

Získání 1 velkoobchodní prodejny by znamenalo další zisk cca 12.708,- € za předpokladu, že by velkoobchodní prodejna prodala 150ks prostěradel měsíčně, tj. 1800 ks ročně, přičemž by zboží nakupovala se 40% slevou.

Pozn. paradoxně zisk je nižší při vyšší produkci oproti nižším prodejmům přes maloobchodní prodejny.

Musíme brát v potaz, že produkci 8.720 ks prostěradel ročně už nelze zvládnout v jedné osobě na jednom šicím stroji. Pracujeme s průměrnými čísly, znamenalo by to vyrobit 33,5 ks prostěradel denně (kalkulováno pouze s celkovým počtem 260 pracovních dnů)! Musíme tedy počítat s tím, že zisk následujícího roku bude muset společnost PLACHTY SK ponížít o investici do dalších šicích strojů, dalších pracovních sil (druhá švadlena, obchodní zástupce, brigádník na balení a odesílání balíků), též o náklady spojené s pronájmem větších prostor a náklady na energie.

Vraťme se tedy ke stanoveným cílům podniku.

- Zvýšení míry zisku alespoň o 10% by mělo být při implementaci kompletního marketingového mixu a využití zjištěných dat z analýz naplněno přesměru. Výsledek je k neuvěření, neboť v předpokladu vychází vyšší o 143,2 %. Toto nedůvěryhodně vypadající číslo však odpovídá tomu, že z klasické malé dílničky jedné maminky na mateřské dovolené, se stane velkoprodávce plošných textilií s nově vybudovanou distribuční sítí a aktivně využívanou intenzivní reklamou.
- S rozšiřující se distribuční sítí se dá předpokládat v přímé úměře i růst podílu na slovenském trhu, což je cílem č. 2 společnosti PLACHTY SK.
- Pokud nevzniknou kvůli převýšení poptávky nad nabídkou problémy s expedicí, stávající zákazníci budou spokojenější, protože mnozí z nich budou moci produkt zakoupit v kamenné prodejně bez nákladů na poštovné.
- Novou cílovou skupinou jsou nejen maloobchodní prodejny, ale též hotely, které by mohly být významnou klientelou společnosti PLACHTY SK.
- Zvýšení povědomí veřejnosti o produktu bude dosaženo, pokud budou aplikovány aktivity uvedené v bodě 6.4 bakalářské práce.

9. Závěr

Seznámila jsem Vás se společností PLACHTY SK. Popsala jsem její sortiment a region, ve kterém hodlá obchodovat. Vyhodnotila silné a slabé stránky a stanovila cíle, kterých by měla společnost dosáhnout. Provedla jsem situační analýzu společnosti, vypracovala a vyhodnotila metodou BCG z hlediska růstu trhu a relativního tržního podílu situaci firmy, metodou GE jsem vyhodnotila jak si vede společnost PLACHTY SK po stránce investiční. Porterova matice ukázala jak je přitažlivé odvětví, ve kterém firma hodlá podnikat a Ansoffova matice pomohla odhalit strategii tržní penetrace a rozvoje trhu. Prostřednictvím průzkumu trhu, tj. ankety na www.mimibazar.sk jsem zjistila přetrvávající zájem o prodyšná nepromokavá prostěradla, naopak díky přímému dotazování v segmentu zdravotnických zařízení jsem došla k závěru, že produkt zatím není připraven pro penetraci na tento trh. Následně jsem sestavila marketingový mix, ve kterém jsem v rámci prvního P (produkt) experimentem ověřila vlastnosti deklarované výrobcem, v rámci druhého P (price) jsem nastavila cenovou politiku pro distributory, v rámci třetího P (place/distribuce) jsem určila distribuční cesty a v rámci čtvrtého P popsala formu a cenu propagačních aktivit. Na konci své práce odhaduji reakci konkurence a výsledky implementace marketingového mixu do praxe, a to vč. výsledků hospodaření společnosti PLACHTY SK a toho, zda na začátku stanovené cíle společnosti korespondují s na konci odhadovanými výsledky.

Citovaná literatura

1. Zdroj vlastní.
2. Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Počet obyvateľstva*. [Online] [Citace: 28. duben 2013.] <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=1686>.
3. Štatistický úrad Slovenskej republiky. <http://portal.statistics.sk>. [Online] [Citace: 1. duben 2012.]
http://portal.statistics.sk/files/Sekcie/sek_600/Demografia/Obyvatelstvo/grafy_mapy/2010/vyvoj_2010_grafy.pdf.
4. Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Nezamestnanosť podľa Výberového zisťovania pracovných síl v roku 2012*. [Online] [Citace: 28. duben 2013.]
<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=48056>.
5. Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Priemerná mesačná mzda pre rok 2012*. [Online] [Citace: 28. duben 2013.]
http://portal.statistics.sk/files/Odbory/odb_410/Informacny_servis/mzda_2012.pdf.
6. Strnad, CSc., Doc. RNDr. Pavel a Dědková, Ph.D., PhDr. Ing. Jaroslava. *STRATEGICKÝ MARKETING*. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2009. ISBN 978-80-7372-450-4.
7. [autor knihy] Greg W. Marshal a Elnora W. Stuart Michael R. Solomon. *Marketing očima světových marketing manažerů*. Brno : Computer Press, a. s., 2006.
8. Synext - synergy for your next business. *Analyza konkurence jejich uspesnych a neuspesnych kroku jejího potencialu*. [Online] [Citace: 31. březen 2013.]
<http://www.synext.cz/analyza-konkurence-jejich-uspesnych-a-neuspesnych-kroku-jejeho-potencialu.html>.
9. OEKO TEX Association. [Online] [Citace: 4. květen 2013.] https://www.oeko-tex.com/en/manufacturers/concept/oeko_tex_standard_100/oeko_tex_standard_100.xhtml.
10. **Technor, webdesign eStudio**. TECHNOR Ing. Jiří Řezníček. *Technické normy ČSN - 80 08 55*. [Online] [Citace: 06. duben 2013.] [http://www.technicke-normy-csn.cz/technicke-normy/textilni-suroviny-a-vyroby-80/zkouseni-textilnich-plosnych-vyroby-8008/?do\[\]=setOffset&offset=0](http://www.technicke-normy-csn.cz/technicke-normy/textilni-suroviny-a-vyroby-80/zkouseni-textilnich-plosnych-vyroby-8008/?do[]=setOffset&offset=0).

11. TECHNOR Ing. Jiří Řezníček. *Technické normy ČSN - 80 08 18*. [Online] [Citace: 06. duben 2013.] [http://www.technicke-normy-csn.cz/technicke-normy/textilni-suroviny-a-vyrobky-80/zkouseni-textilnich-plosnych-vyrobku-8008/?do\[\]=setOffset&offset=0](http://www.technicke-normy-csn.cz/technicke-normy/textilni-suroviny-a-vyrobky-80/zkouseni-textilnich-plosnych-vyrobku-8008/?do[]=setOffset&offset=0).
12. Ing. Marta Burešová *ČESKÁ NORMA ČSN EN 20811*. Praha : Český normalizační institut, Praha - 131/94, 1994.
13. ZOZNAM SK. *Kategorie bytový textil a záclony*. [Online] [Citace: 1. duben 2012.] <http://www.zoznam.sk/katalog/Domacnost-zahrada-kancelaria/Bytovy-textil-zaclony/>.
14. Národné centrum zdravotníckych informácií. *Portál Národného centra zdravotníckych informácií*. [Online] [Citace: 11. listopad 2012.] <http://www.nczisk.sk>.
15. ZOZNAM SK. *Kategorie domovy důchodců*. [Online] [Citace: 1. duben 2012.] <http://www.zoznam.sk/hladaj.fcgi?a=search&ac=&fsearch=&co=odkazy&s=domov%20d%F4chodcov&scope=all&>.
16. ZOZNAM SK. *Kategorie mateřské školy*. [Online] [Citace: 1. duben 2012.] www.zoznam.sk/katalog/Vzdelavanie/Materske-skoly/.
17. ZOZNAM SK. *Kategorie ubytování*. [Online] [Citace: 6. duben 2013.] <http://www.zoznam.sk/katalog/Cestovanie-ubytovanie-turizmus/Ubytovanie/>.
18. www.nczisk.sk. *Národní centrum zdravotnických informací*. [Online] [Citace: 1. duben 2012.] <http://www.nczisk.sk/Registre/Narodne-administrativne-registre/Narodny-register-poskytovatelov-zdravotnej-starostlivosti/Pages/Adresar-nemocnic.aspx>.

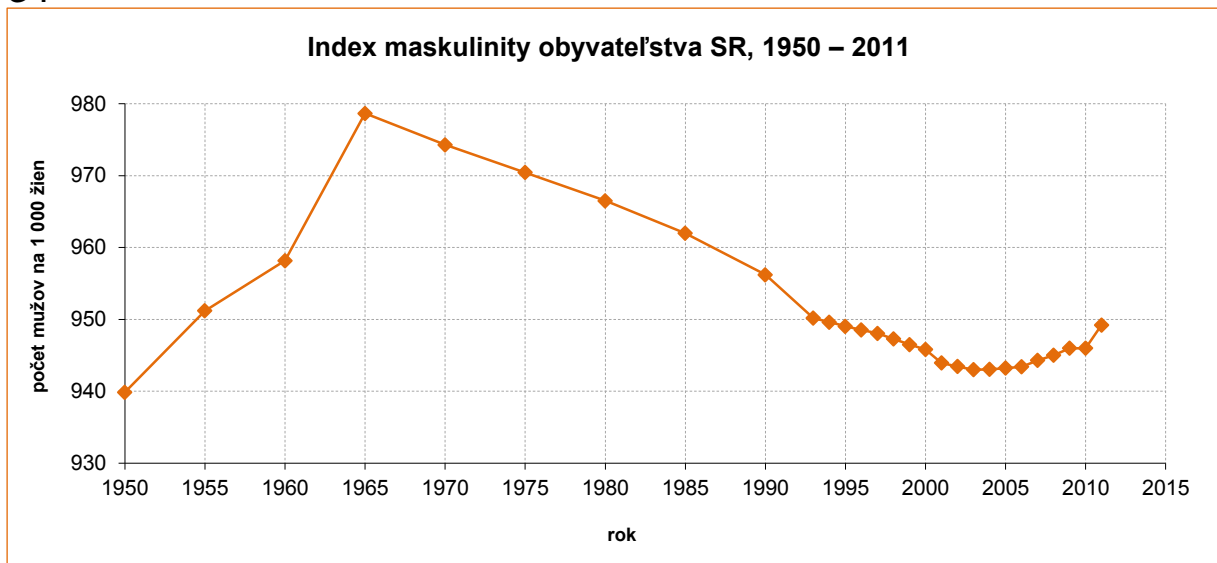
Seznam obrázků

Obrázek 1 - Barevná škála textilie Tencel (1)	10
Obrázek 2 - Barevná škála textilie Jersey (1)	11
Obrázek 3 - Barevná škála textilie Froté (1)	11
Obrázek 4 - BCG matice (1)	15
Obrázek 5 - GE matice (1)	16
Obrázek 6 - Schéma Porterových pěti konkurenčních sil (8)	18
Obrázek 7 - Porterova konkurenční matice (1)	18
Obrázek 8 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 1 (1)	23
Obrázek 9 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 2 (1)	23
Obrázek 10 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 3 (1)	24
Obrázek 11 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 4 (1)	24
Obrázek 12 - Vyhodnocení odpovědí na otázku č. 5 (1)	25
Obrázek 13 - Logo certifikace Oeko-Tex Standard 100 class 1 (9)	28
Obrázek 14 - Znaky údržby materiálu (1)	28
Obrázek 15 - Foto vzorku vč. místa prostupu destilované vody (1)	32
Obrázek 16 - Vzorek materiálu - výška vodního sloupce > 1500 cm (1)	33
Obrázek 17 - Fotografie mikroskopu VEGA-TESCAN (1)	31
Obrázek 18 - Fotografie vzorku v nosiči mikroskopu (1)	33
Obrázek 19 - Detail lící strany textilie (1)	34
Obrázek 20 - Upínací bod membrány k textili (1)	34
Obrázek 21 - Mikroskopické otvory 2 (1)	33
Obrázek 22 - Mikroskopické otvory 1 (1)	35
Obrázek 23 - Složení materiálu (1)	35
Obrázek 24 - Schéma distribučních cest (1)	41

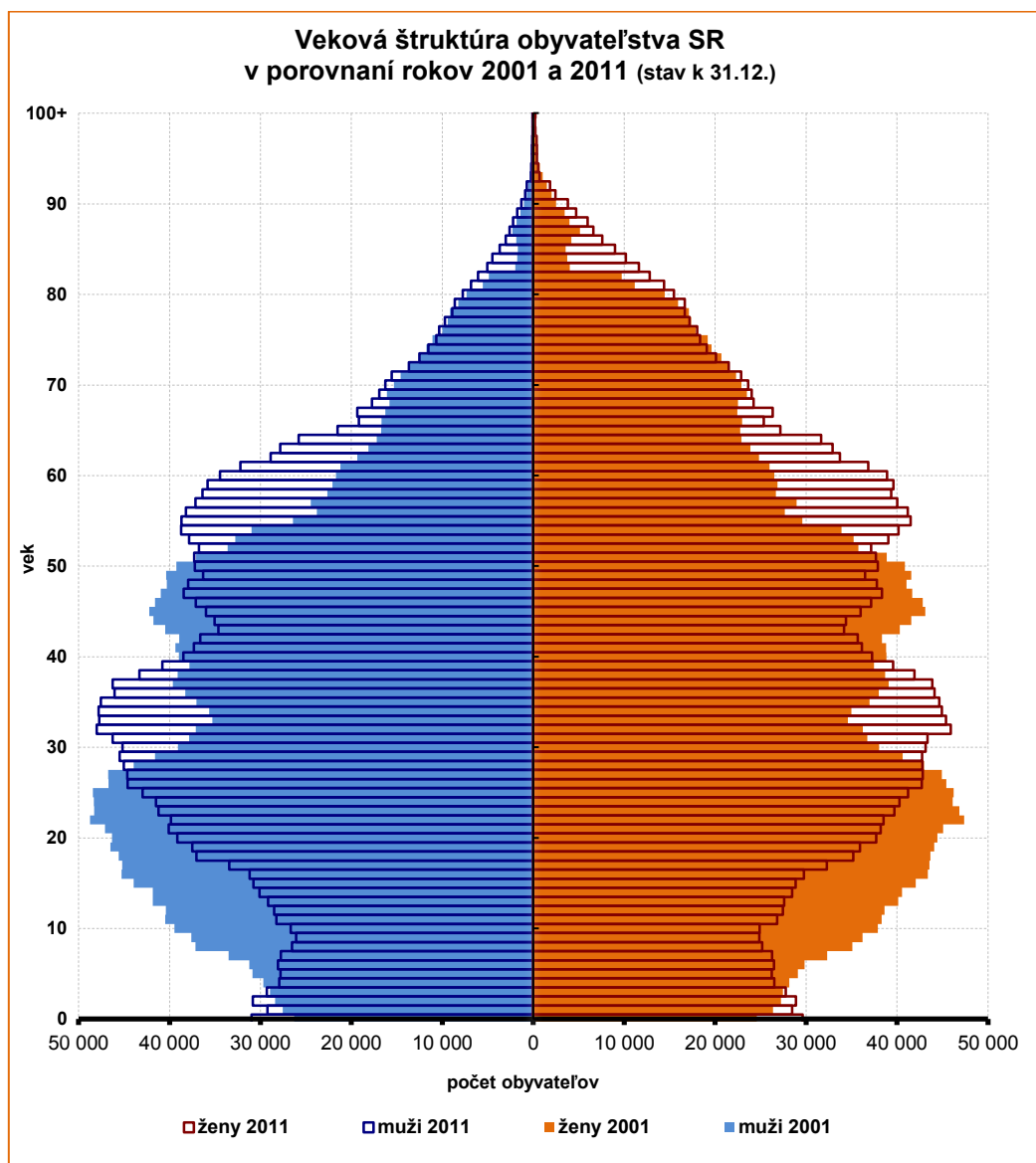
Seznam tabulek

Tabulka 1 - Analýza firmy dle Anasoffa (1)	19
Tabulka 2 - Vyhodnocení spokojenosti zákazníka (1)	22
Tabulka 3 - Výsledky měření (1)	31
Tabulka 4 - Cenová politika firmy PLACHTY SK (1)	37

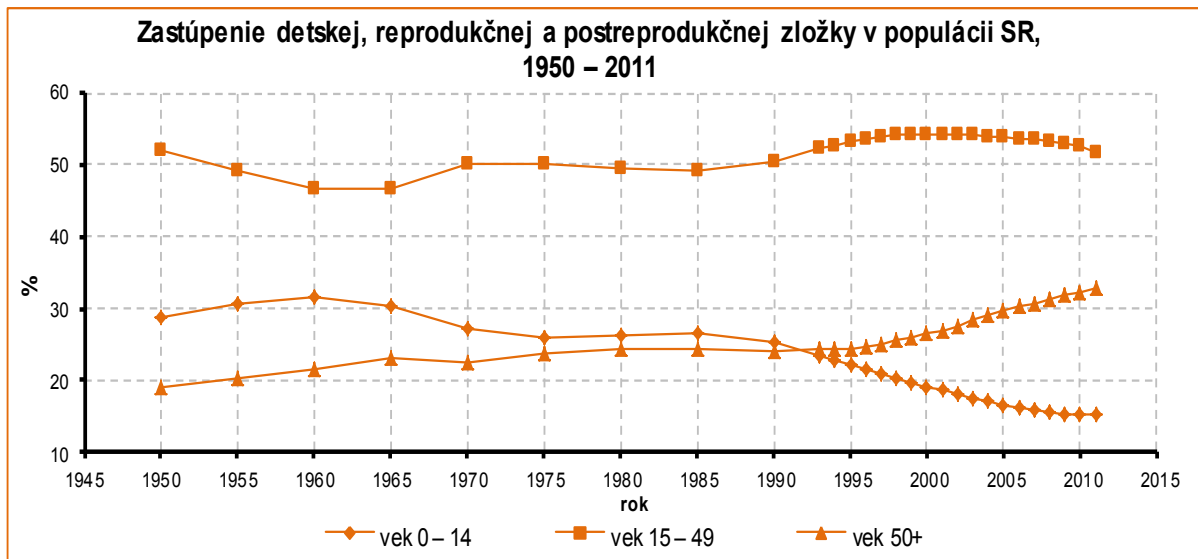
G 1



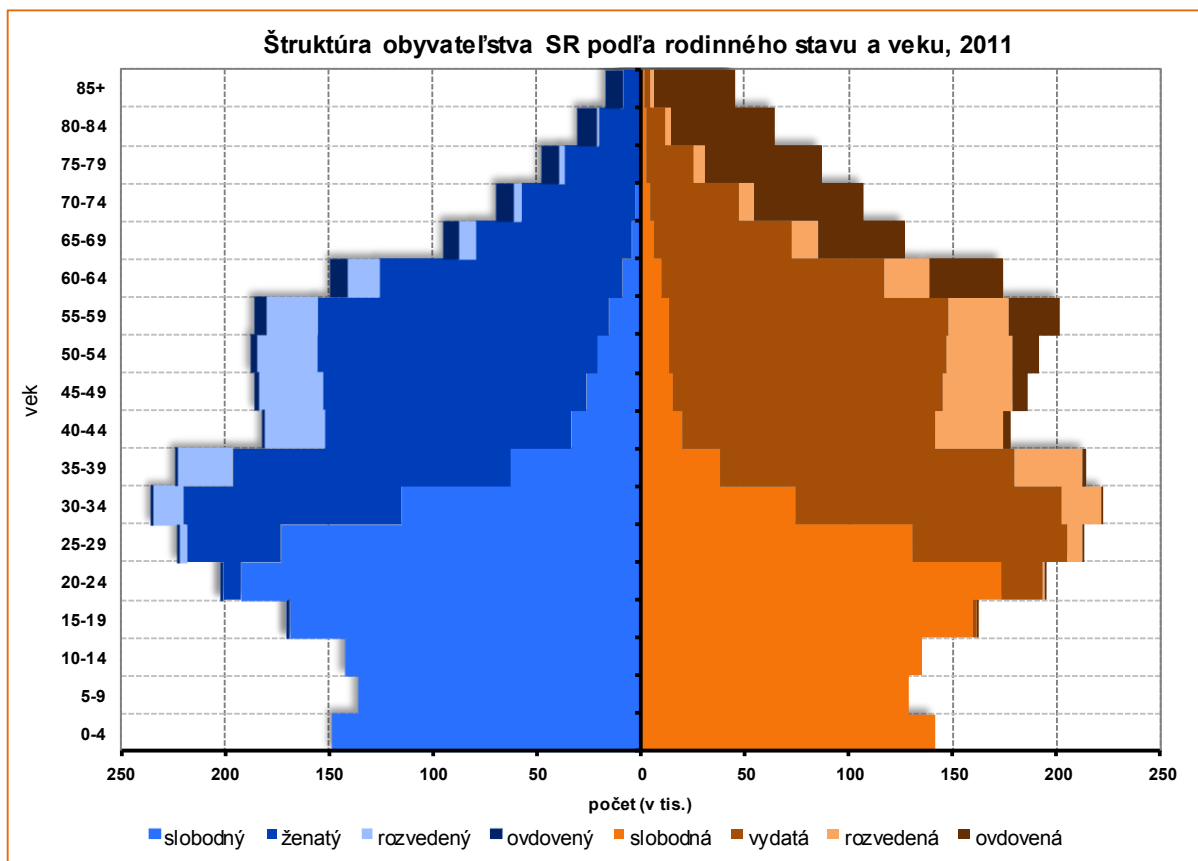
G 2



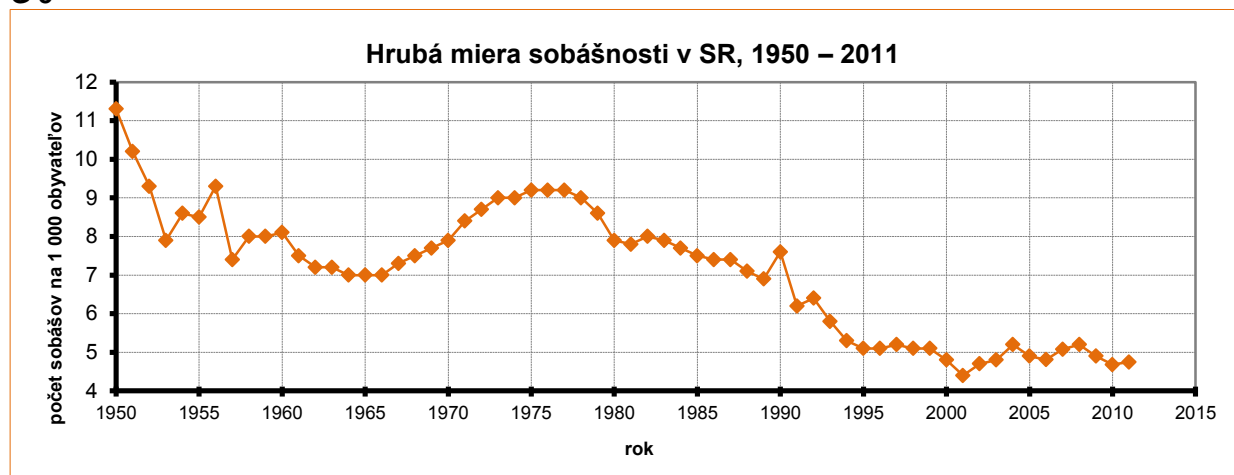
G 3



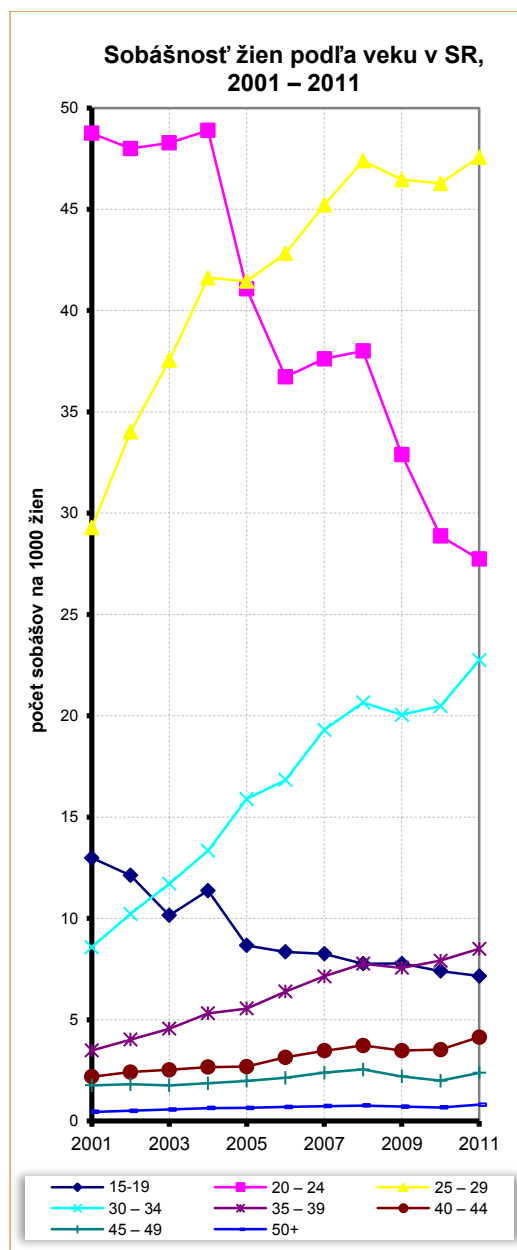
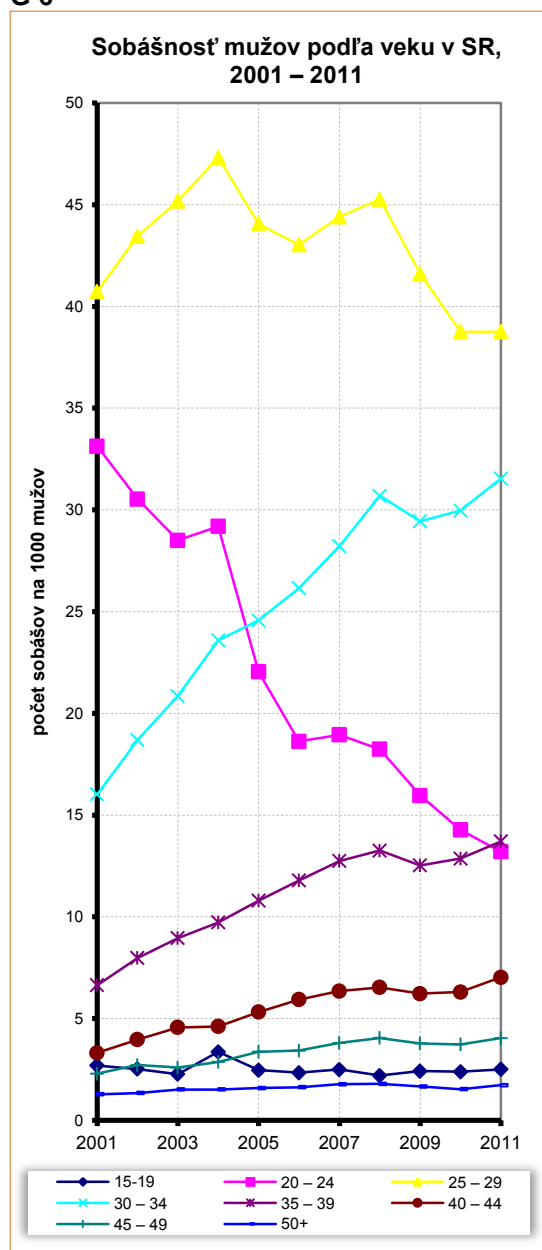
G 4



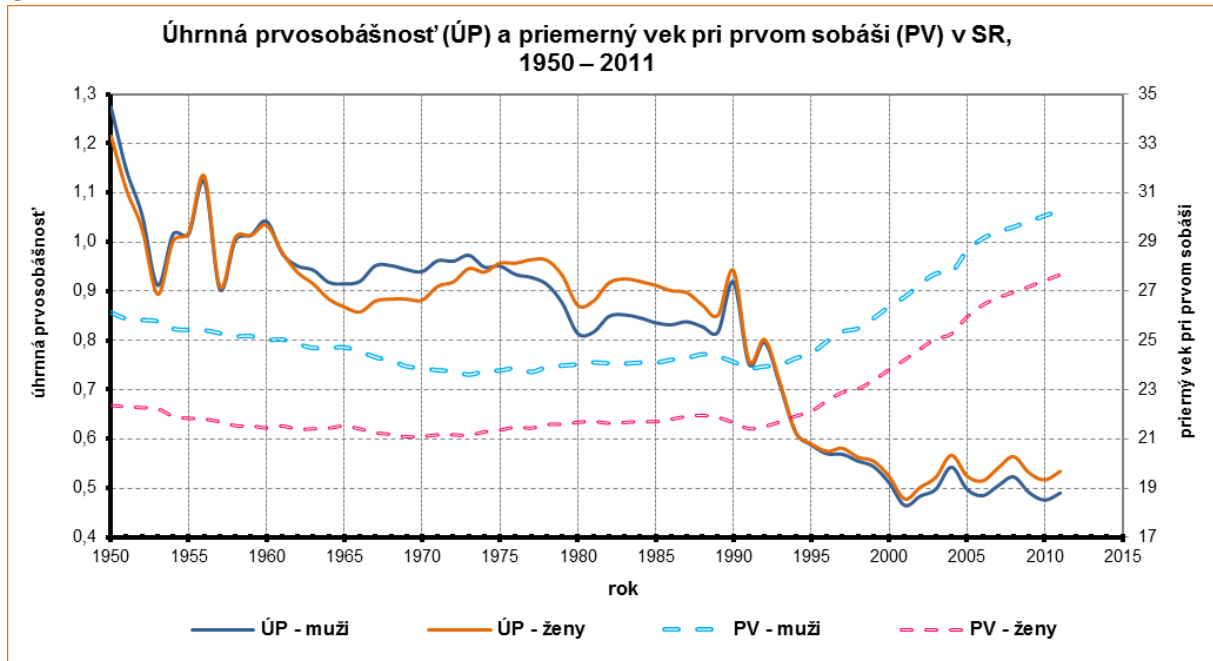
G 5



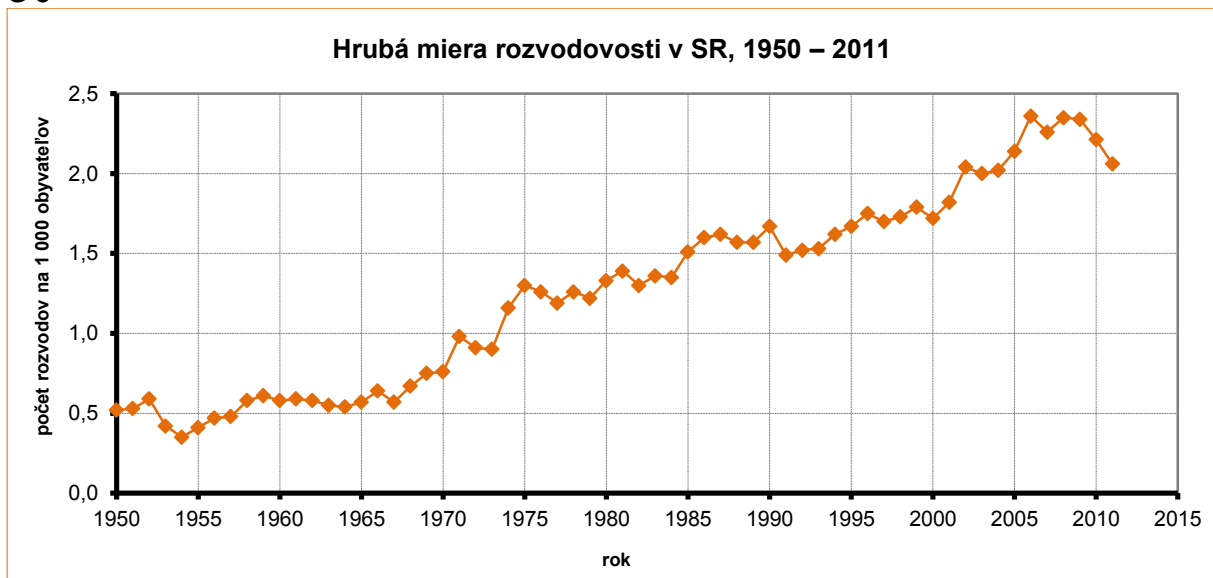
G 6



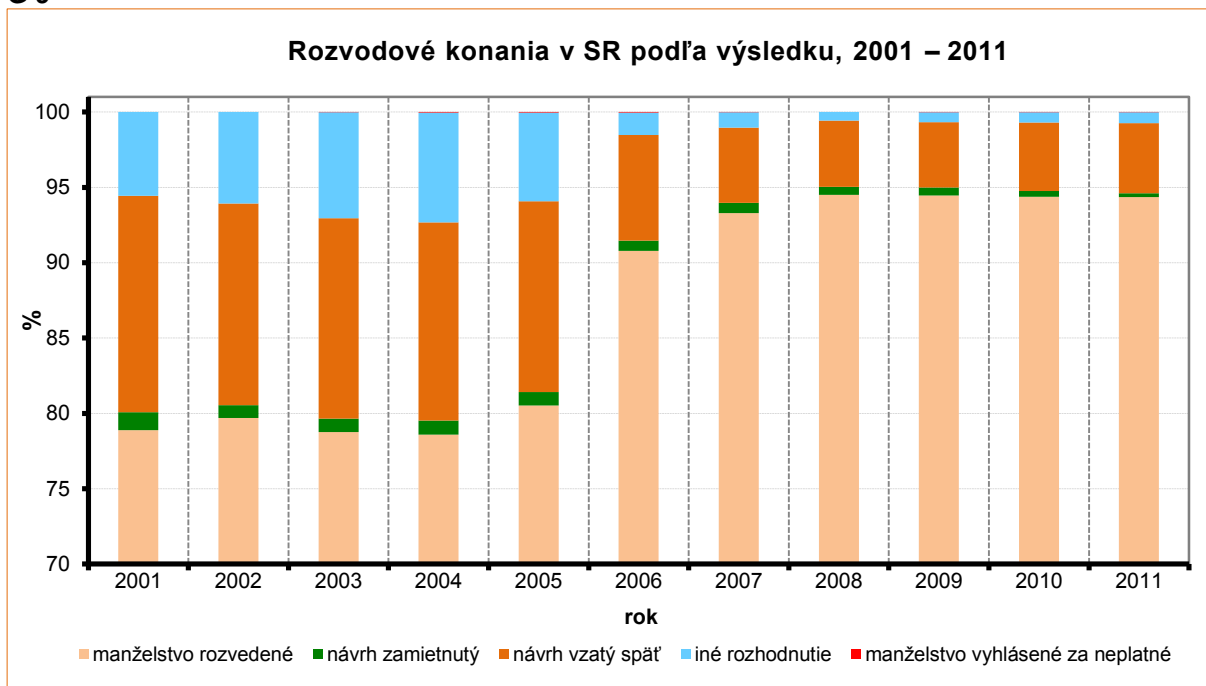
G 7



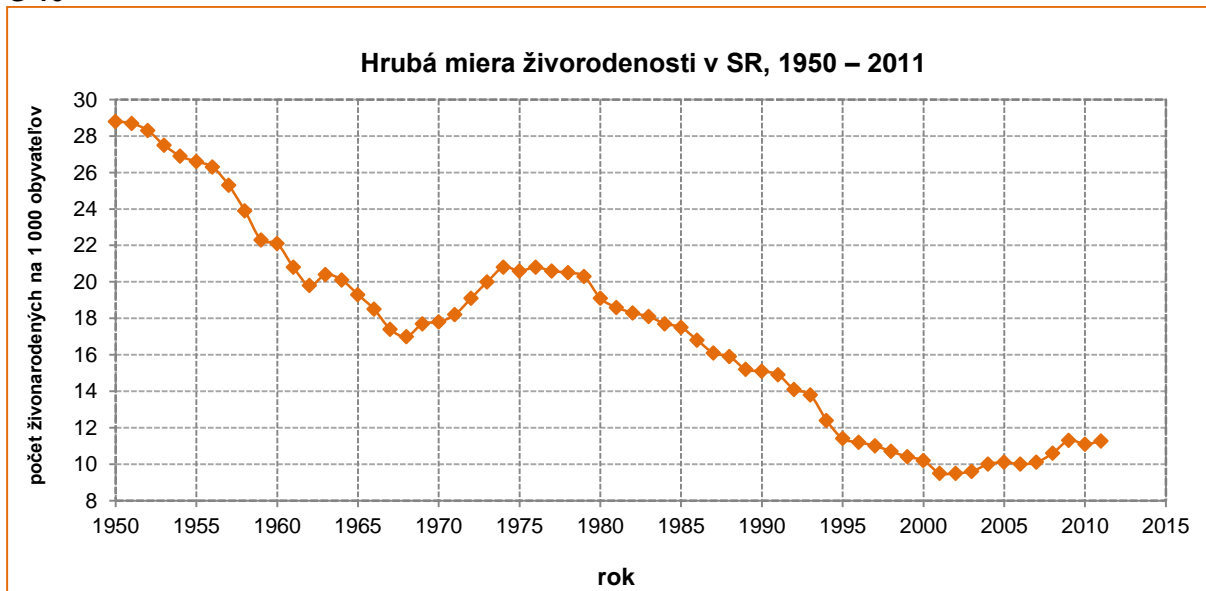
G 8



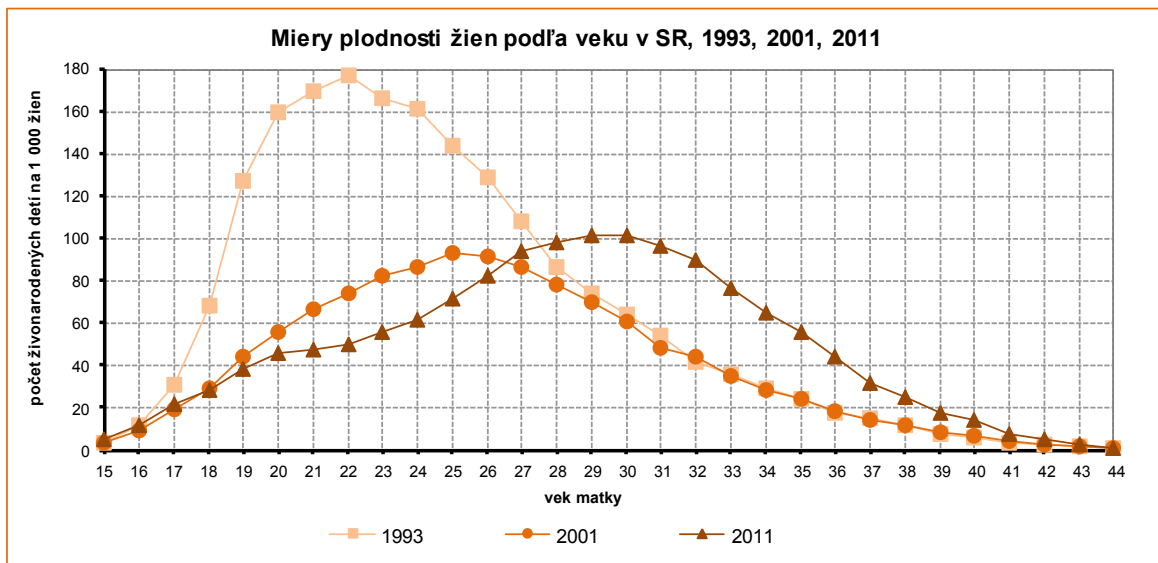
G 9



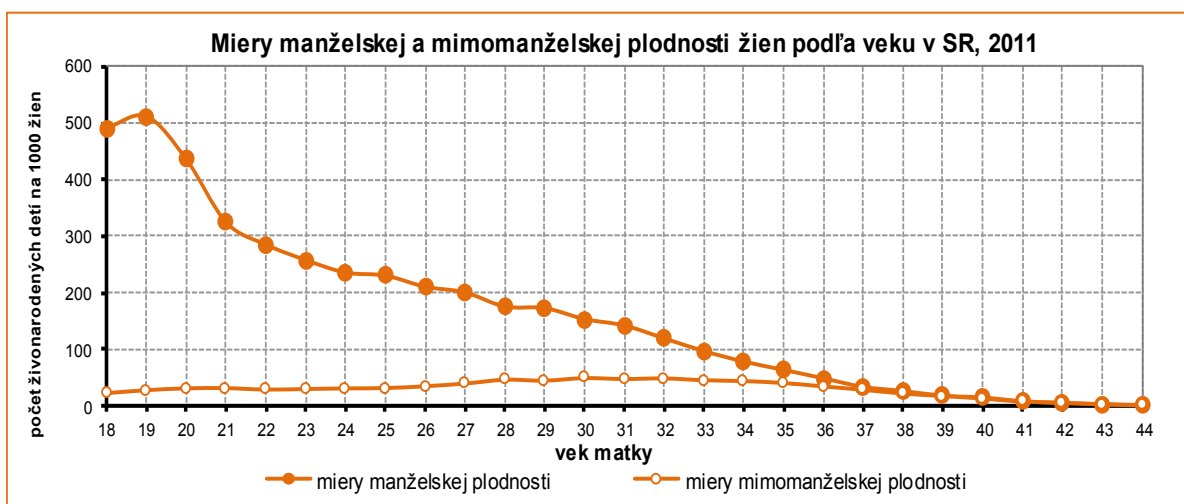
G 10



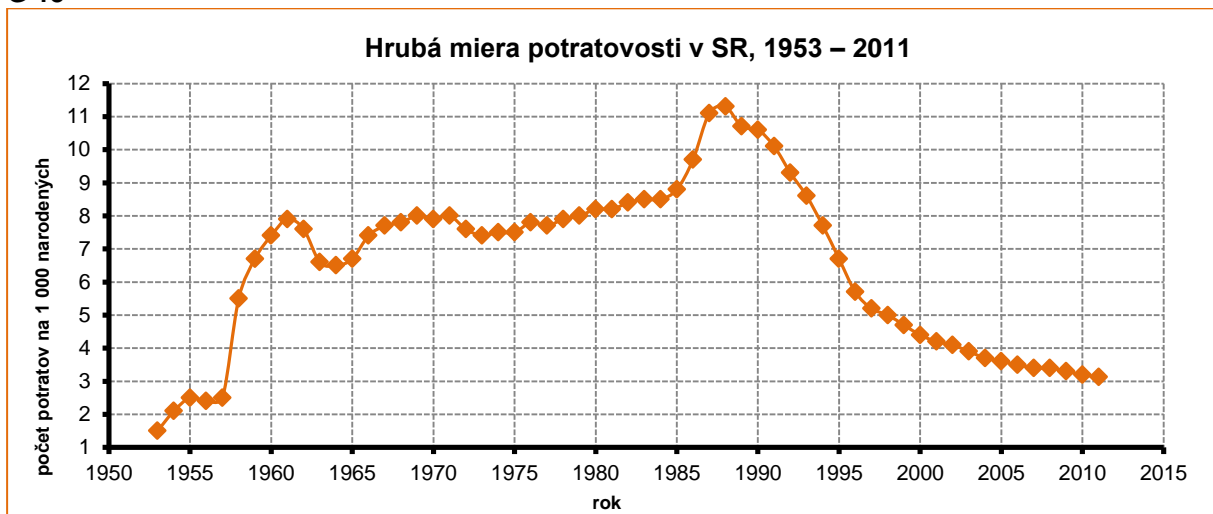
G 11



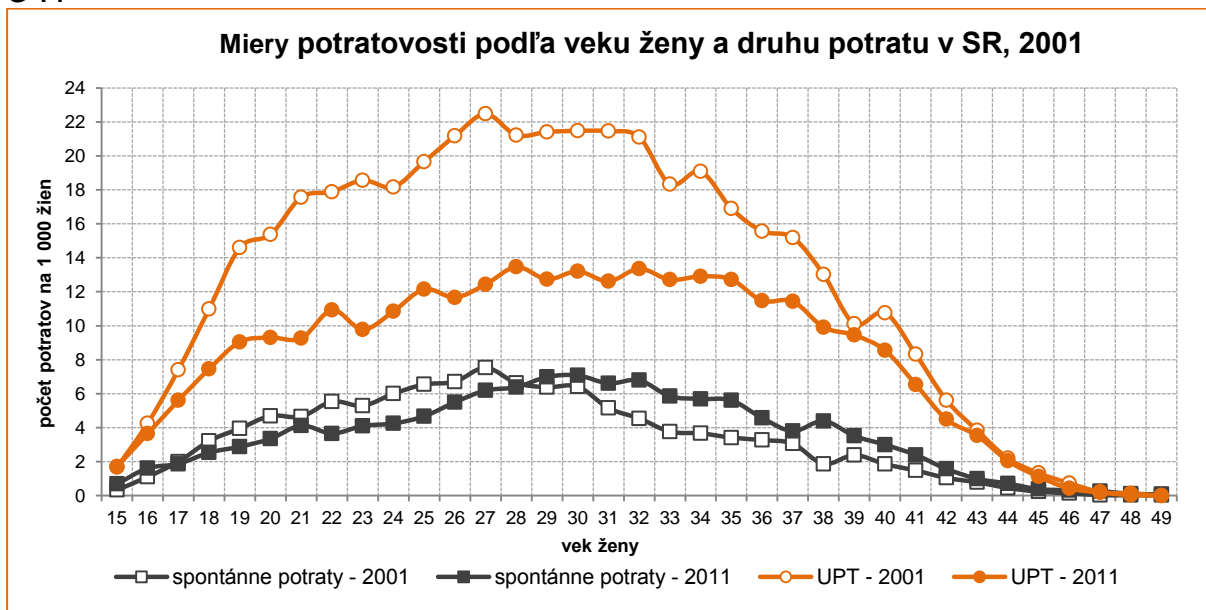
G 12



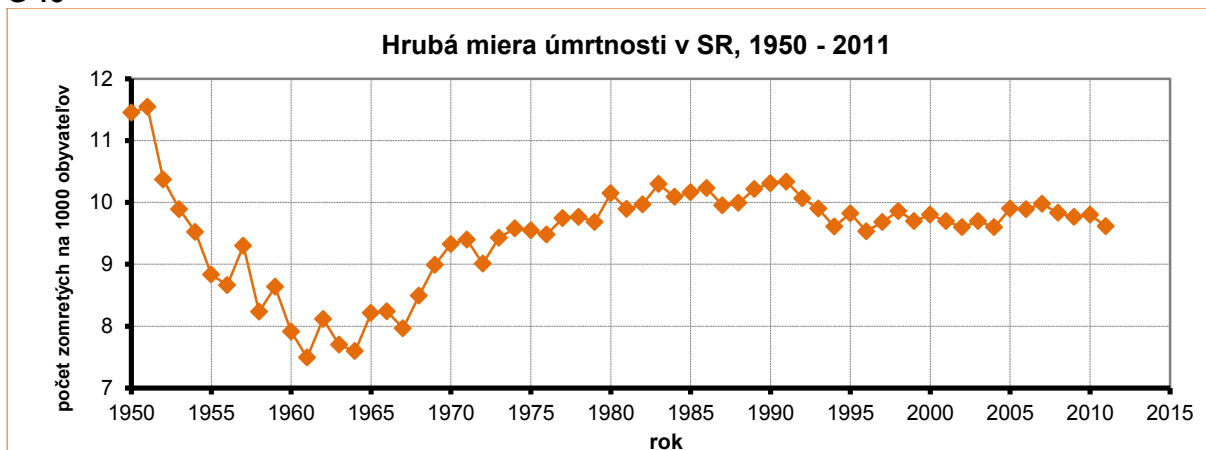
G 13



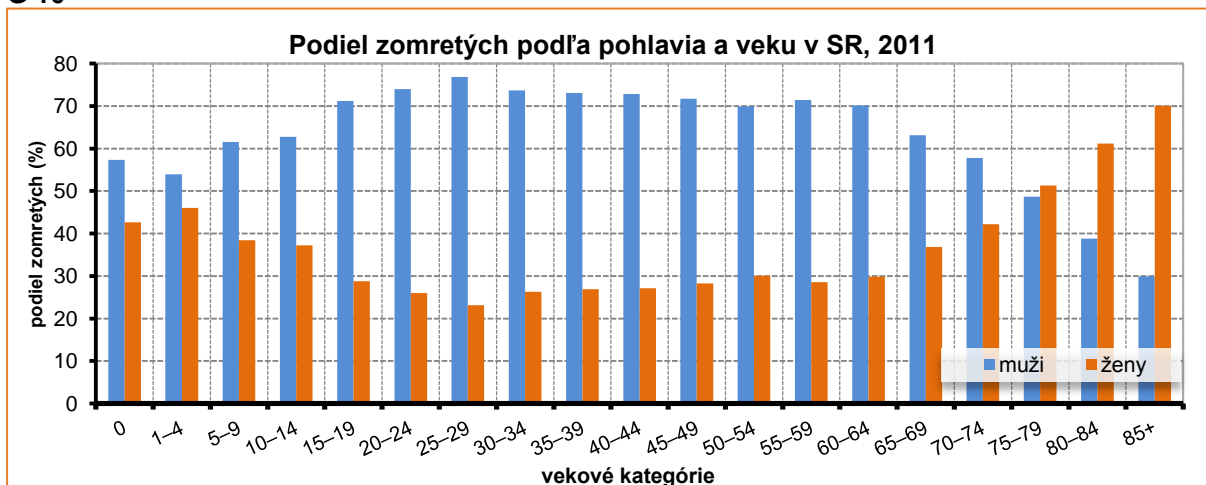
G 14



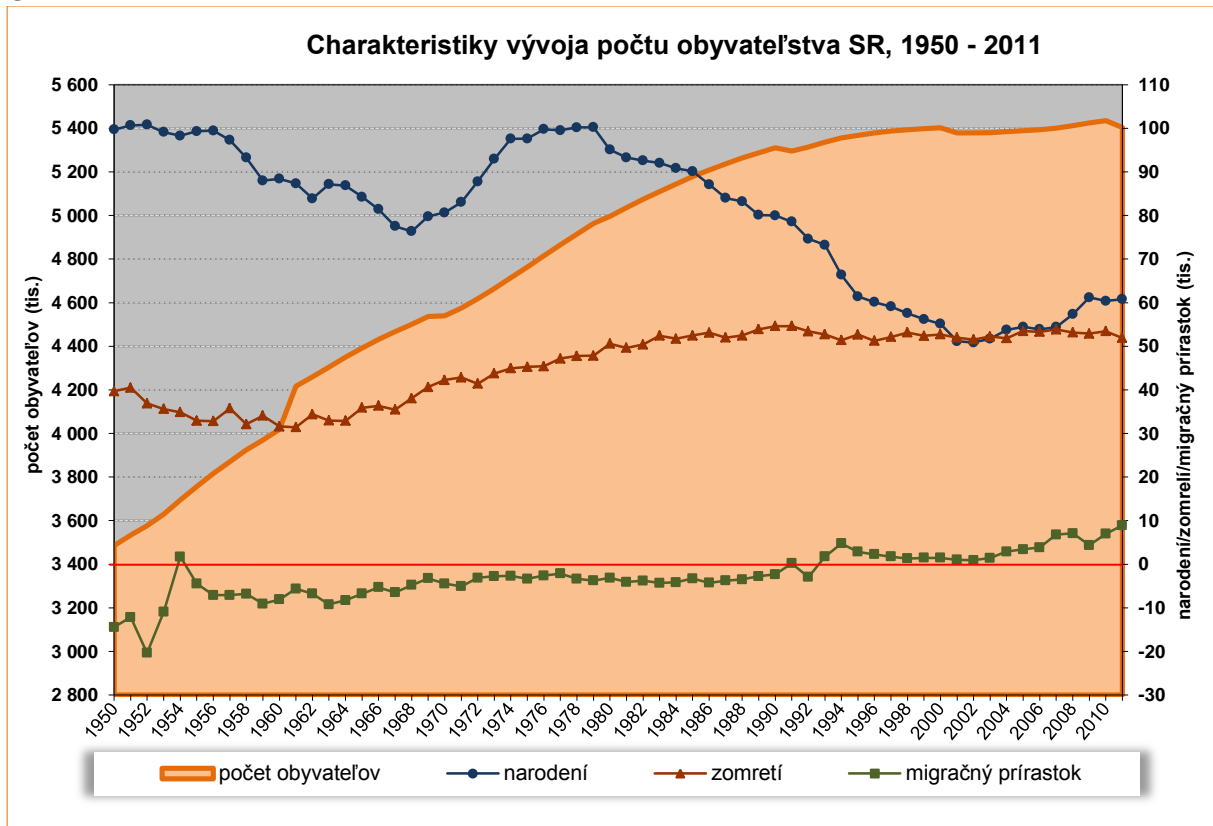
G 15



G 16



G 17



ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Odbor poskytovania informácií a marketingu

Miletičova 3

824 67 Bratislava 26

Bratislava

6. 3. 2013

Číslo: 610-636/2013

Vec:

Priemerná mesačná mzda zamestnanca hospodárstva SR v roku 2012

Štatistický úrad Slovenskej republiky týmto potvrdzuje, že priemerná mesačná nominálna mzda zamestnanca hospodárstva SR v roku 2012 dosiahla **805 Eur**.

Údaj je podľa štvrtročného štatistického výkazníctva; bez podnikateľských príjmov, vrátane plátov ozbrojených zložiek, vrátane profesionálnych vojakov, údaje sú upravené o štatistický odhad neevidovanej mzdy.

Štatistický úrad Slovenskej republiky
Odbor poskytovania informácií a marketingu
Miletičova 3, 824 67 Bratislava



Vladimír Čičmanec
riaditeľ odboru

Kraj	IČO	Názov zariadenia	Názov obce	Ulica	Číslo	PSČ	Telefón zariadenia	Email	www. stránka
Bratislavský kraj	00165336	Národný onkologický ústav, špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Nové Mesto	Klenová	1	83310	02/59378111	tomas.salek@nou.sk; info@nou.sk	www.nou.sk
Bratislavský kraj	00607231	Detská fakultná nemocnica s poliklinikou, všeobecná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Nové Mesto	Limbová	1	83340	02/59371350; 59371693; 59371566	zitnan@dfnsp.sk; sekretariat@dfnsp.sk	www.dfnsp.sk
Bratislavský kraj	17336201	Centrum pre liečbu drogových závislostí, špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Ružinov	Hraničná	2	82799	02/53417464	idz@cpldz.sk	www.cpldz.sk
Bratislavský kraj	30801397	Psychiatrická nemocnica Philippa Pinela Pezinok, špecializovaná nemocnica	Pezinok	Malacká cesta	63	90218	033/6482111,123,360	cernak@pnpp.sk; mail@pnpp.sk	www.pnpp.sk
Bratislavský kraj	31386563	Univerzitná nemocnica s poliklinikou Milosrdní bratia, spol. s r.o., všeobecná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Staré Mesto	Nám. SNP	10	81465	02/57887501	sekretariat@milosrdni.sk	www.milosrdni.eu
Bratislavský kraj	31813861	Univerzitná nemocnica Bratislava - všeobecná nemocnica Ružinov	Bratislava - Ružinov	Ružinovská	6	82606	02/48234111	tomas.hasko@fnspba.sk; NRu@fnspba.sk	www.unb.sk
Bratislavský kraj	31813861	Univerzitná nemocnica Bratislava - všeobecná nemocnica akad. L. Dérera	Bratislava - Nové Mesto	Limbová	5	83305	02/59541111	sekretariat@kramare.fnspba.sk; stefania.moricova@kramare.fnspba.sk	www.unb.sk
Bratislavský kraj	31813861	Univerzitná nemocnica Bratislava - všeobecná nemocnica sv. Cyrila a Metoda	Bratislava - Petržalka	Antolská	11	85107	02/68671111	sekretariat@npba.sk; sykora@npba.sk	www.unb.sk
Bratislavský kraj	31813861	Univerzitná nemocnica Bratislava - všeobecná nemocnica Staré Mesto	Bratislava - Staré Mesto	Miickiewiczova	13	81369	02/57290111	zastupca.riaditeľa@faneba.sk; sekretariat@faneba.sk	www.unb.sk
Bratislavský kraj	31813861	Univerzitná nemocnica Bratislava - špecializovaná geriatrická nemocnica Podunajské Biskupice	Bratislava - Podunajské Biskupice	Krajinská	91	82556	0918660660	sekretariat@npb.fnspba.sk; kuka@npb.fnspba.sk	www.unb.sk
Bratislavský kraj	35681462	Onkologický ústav sv. Alžbety s.r.o., špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Staré Mesto	Heydukova	10	81250	+421 2 3224 9111	ousa@ousa.sk	www.ousa.sk
Bratislavský kraj	35768568	NOVAPHARM, s.r.o., všeobecná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Nové Mesto	Šancová	110	83299	02/2029 4095	callcentrum@novapharm.sk	www.znap.sk
Bratislavský kraj	35840595	TETIS, s.r.o., špecializovaná nemocnica, Dunajská Lužná	Dunajská Lužná	Lipnická	422/56	90042	02/45980116	tetis@skfree.sk	www.tetis.sk
Bratislavský kraj	35865679	Nemocničná a.s., všeobecná nemocnica, Malacky	Malacky	Duklianskych hrdinov	34	90122	034/2829123, 034/2829700	edita.hozova@nemocnicna.sk	www.nemocnicna.sk
Bratislavský kraj	35873272	sport & endo clinic s.r.o., špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Vajnory	Pri starej prachárni	14	83104	02/555 660 21	ortoped@ortoped.sk	www.ortoped.sk
Bratislavský kraj	35971126	Národný ústav srdcových a cievnych chorôb, a.s., špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Nové Mesto	Pod Kráskou hôrkou	1	83348	02/59320111	info@nusch.sk	www.nusch.sk
Bratislavský kraj	36077054	Nemocnica Modra n.o., všeobecná nemocnica	Modra	Vajanského	1	90001	033 6902 744	sekretariat@nemocnicamodra.sk	www.nemocnicamodra.sk
Bratislavský kraj	36077739	Špecializovaná nemocnica pre ortopedickú protetiku Bratislava, n.o., špecializovaná nemocnica	Bratislava - Ružinov	Záhradnícka	42/4880	82108	02/50116 111	recepacia@snop.sk	www.snop.sk
Bratislavský kraj	36680478	SI Medical, s.r.o., všeobecná nemocnica, Bratislava – Ružinov	Bratislava - Petržalka	Tematínska	5/A	85105	02/32302100	info@medissimo.sk	www.medissimo.sk
Bratislavský kraj	36713422	GPN s.r.o., špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Staré Mesto	Partizánska	27	81103	02/54640061; 02/54640062; 02/54412612	info@gpn.sk	www.sanatoriumkoch.sk
Bratislavský kraj	44570783	Nemocnica svätého Michala, a. s., špecializovaná nemocnica, Bratislava	Bratislava - Staré Mesto	Cintorínska	16	81108	02/50947211, 02/50946216	sylvia.simekova@nsmas.sk	www.nsmas.sk
Trnavský kraj	00165271	Národný ústav reumatických chorôb, špecializovaná nemocnica, Piešťany	Piešťany	Nábrežie I. Krasku	4782/4	92112	033/7969111	rovensky@nurch.sk; nurch@nurch.sk	www.nurch.sk
Trnavský kraj	00610381	Fakultná nemocnica Trnava, so sídlom Andreja Žarnova 11, všeobecná nemocnica	Trnava	Andreja Žarnova	11	91775	033/5938111	riaditel@fnnt.sk	www.fnnt.sk
Trnavský kraj	36084221	Nemocnica Alexandra Wintera n.o., všeobecná nemocnica, Piešťany	Piešťany	Winterova	66	92163	033 7955 111	sekretariat@naw.sk	www.nemocnicapiestany.sk
Trnavský kraj	44444761	Fakultná nemocnica s poliklinikou Skalica, a.s., všeobecná nemocnica	Skalica	Koreszkova	7	90982	034/6644933	sekretariat@nspskalica.sk	www.nspskalica.sk
Trnavský kraj	44452519	Nemocnica s poliklinikou Sv. Lukáša Galanta, a.s., všeobecná nemocnica	Galanta	Hodská	373/38	92422	031/7833111	nspga@nemocnica-galanta.sk	www.nspga.sk
Trnavský kraj	44455356	Nemocnica s poliklinikou Dunajská Streda, a.s., všeobecná nemocnica	Dunajská Streda	Veľkoblahovská	23	92901	031/5525455	riad@nspds.sk	www.nspds.sk
Trenčiansky kraj	00610411	Nemocnica s poliklinikou Považská Bystrica, všeobecná nemocnica	Považská Bystrica	Nemocničná	986/1	01726	042/4326914	sekretariat@nemocnicapb.sk	www.nemocnicapb.sk
Trenčiansky kraj	00610470	Fakultná nemocnica Trenčín, všeobecná nemocnica	Trenčín	Legionárska	28	91171	032/6566111	riaditel@fntn.sk	www.fntn.sk
Trenčiansky kraj	00610721	Nemocnica s poliklinikou, všeobecná nemocnica, Myjava	Myjava	Staromyjavská	59	90701	034 /6213801	riaditel@nspmyjava.sk	www.nspmyjava.sk
Trenčiansky kraj	00738301	Nemocnica pre obvinených a odsúdených a Ústav na výkon trestu odňatia slobody, špecializovaná nemocnica, Trenčín	Trenčín	Súdna	15	91196	032 6521438	sekretariatn@zvsj.sk	www.zvsj.sk
Trenčiansky kraj	17335795	Nemocnica s poliklinikou Prievidza so sídlom v Bojniciach, všeobecná nemocnica	Bojnice	Nemocničná	č. 2	97201	046/5112 101	riaditel@hospital-bojnice.sk	www.hospital-bojnice.sk
Trenčiansky kraj	36119369	Nemocnica s poliklinikou Nové Mesto nad Váhom, n.o., špecializovaná nemocnica	Nové Mesto nad Váhom	M. R. Štefánika	1	91501	032/7740411	nspnm@nspnm.sk	www.nspnm.sk
Trenčiansky kraj	36119377	Nemocnica s poliklinikou Partizánske, n.o., všeobecná nemocnica	Partizánske	Nová Nemocnica	511	95814	038/7493616	nsp.pe@nextra.sk	www.partizanske.sk
Trenčiansky kraj	36119385	Nemocnica s poliklinikou Ilava, n.o., všeobecná nemocnica	Ilava	Štúrova	3	01901	042 4466999	sekretariat@nspilava.sk	www.nspilava.sk
Trenčiansky kraj	36339865	NEMOCNICA Handlová - 2. súkromná nemocnica, s.r.o., všeobecná nemocnica	Handlová	SNP	26	97251	046/5192777	www.nemha.sk	www.nemha.sk
Trenčiansky kraj	36348015	NEMOCNICA Bánovce - 3. súkromná nemocnica, s.r.o., všeobecná nemocnica	Bánovce nad Bebravou	Hviezdoslavova	23/3	95701	038/7624111	www.nemocnicabn.sk	www.nemocnicabn.sk
Nitriansky kraj	00607266	Psychiatrická nemocnica, špecializovaná nemocnica, Hronovce	Hronovce	Dr. Zelenyáka	65	93561	036/7577200	marek.zelman@pnh.sk; pnh@pnh.sk	www.pnh.sk
Nitriansky kraj	00607274	Psychiatrická nemocnica, špecializovaná nemocnica, Veľké Zálužie	Veľké Zálužie	Rínok	334	95135	037/6548111	kabatova@pnvz.sk; admin@pnvz.sk	www.pnvz.sk
Nitriansky kraj	17336007	Fakultná nemocnica Nitra, všeobecná nemocnica	Nitra	Špitálska	6	95001	037/6545111	riaditel@fnnitra.sk	www.fnnitra.sk
Nitriansky kraj	17336015	Mestská nemocnica prof. MUDr. Rudolfa Korca, DrSc. Zlaté Moravce, všeobecná nemocnica	Zlaté Moravce	Bernolákova	4	95301	037/6905111	sekretariat@nemocnica-zm.eu	www.nemocnica-zm.eu
Nitriansky kraj	17336112	Fakultná nemocnica s poliklinikou, všeobecná nemocnica, Nové Zámky	Nové Zámky	Slovenská	11/a	94034	035/6912111	riaditel@nspnz.sk	www.nspnz.sk
Nitriansky kraj	35606347	Mestská poliklinika, Odborný detský liečebný ústav, Trávnica, špecializovaná nemocnica	Trávnica			94146	035/6584134	liecenietravnica@gmail.com	www.odlu.sk
Nitriansky kraj	36524921	Hospitale, s.r.o., všeobecná nemocnica, Šahy	Šahy	B. Bartóka	11	93601	036/7565611		
Nitriansky kraj	36562882	KARDIOCENTRUM NITRA s.r.o., špecializovaná nemocnica	Nitra	Špitálska	6	94901	037/6933241	kardiocentrumnitra@kardiocentrumnitra.sk	www.kardiocentrumnitra.sk
Nitriansky kraj	37970933	FORLIFE n.o., všeobecná nemocnica, Komárno	Komárno	Mederčská	39	94575	035/7909111	sekretariat@forlife.sk	www.forlife.sk
Nitriansky kraj	37971832	Špecializovaná nemocnica sv.Svorađa Zobor, n.o., špecializovaná nemocnica, Nitra	Nitra	Kláštorská	394	94901	037/6941 111	sekretariat@snzobor.sk	www.snzobor.sk
Nitriansky kraj	45732205	Nemocnice s poliklinikami n.o. - všeobecná nemocnica Levice	Levice	SNP	19	93401	036/6379522	nsp@nsplevice.sk	www.nsplevice.sk
Nitriansky kraj	45732205	Nemocnice s poliklinikami n.o. - všeobecná nemocnica Topoľčany	Topoľčany	Pavlovova	17	95520	038/5351111	nsp@nspptolcany.sk	www.nspptolcany.sk
Žilinský kraj	00365327	Univerzitná nemocnica Martin, všeobecná nemocnica	Martin	Kollárova	2	03659	043/4203303	sekr@mfn.sk; banovcin@jmed.uniba.sk	www.mfn.sk
Žilinský kraj	00634891	Hornooravská nemocnica s poliklinikou Trstená, všeobecná nemocnica	Trstená	Mieru	549/16	02801	043/5392444	karetkova.darina@nsptrstena.sk	www.nsptrstena.sk
Žilinský kraj	00634905	Dolnooravská nemocnica s poliklinikou MUDr. L. Nádaši Jégého Dolný Kubín, všeobecná nemocnica	Dolný Kubín	Nemocničná	1944/10	02614	043/5307211	sekretariat@nspdk.sk	www.nspdk.sk
Žilinský kraj	17335469	Kysucká nemocnica s poliklinikou Čadca, všeobecná nemocnica	Čadca	Palárikova	2311	02216	041/4604111	kysuckanemocnica@kysuckanemocnica.sk	www.kysuckanemocnica.sk
Žilinský kraj	17335825	Fakultná nemocnica s poliklinikou Žilina, všeobecná nemocnica	Žilina	Vojtecha Spanyola	43	01207	041/5110111	hamaj@fnspza.sk; sekretariat.r@fnspza.sk	www.fnspza.sk
Žilinský kraj	17336163	Liptovská nemocnica s poliklinikou MUDr. Ivana Stodolu Liptovský Mikuláš, všeobecná nemocnica	Liptovský Mikuláš	Paľúčanská	25	03123	044/5563502; 044/5563111	riaditelstvo@nspml.sk	www.nspml.sk
Žilinský kraj	31936415	Ústredná vojenská nemocnica SNP Ružomberok - fakultná nemocnica, všeobecná nemocnica, Ružomberok, ul. Gen. Miloša	Ružomberok	ul. Gen. Miloša Vesela	21	03401	044/4382111	infounv@sk	www.uvn.sk
Žilinský kraj	31936415	Ústredná vojenská nemocnica SNP Ružomberok - fakultná nemocnica, všeobecná nemocnica, Ružomberok, ul. Považská 2	Ružomberok	Považská	21	03401	044/4382111	infounv@sk	www.uvn.sk
Žilinský kraj	31936415	Ústredná vojenská nemocnica SNP Ružomberok - fakultná nemocnica, špecializovaná nemocnica, Ružomberok	Ružomberok	ul. Gen. Miloša Vesela	21	03401	044/4382111	infounv@sk	www.uvn.sk
Žilinský kraj	37983687	Národný endokrinologický a diabetologický ústav n.o., špecializovaná nemocnica, Lubochňa	Lubochňa	Lubochňa	144	03491	044/4306111,112,113	nedu@nedu.sk	www.nedu.sk
Banskobystrický kraj	00165549	Fakultná nemocnica s poliklinikou F.D.Roosevelta Banská Bystrica, všeobecná nemocnica	Banská Bystrica	Nám. L. Svobodu	1	97517	048/4411111	jsvac@nspbb.sk	www.nspbb.sk
Banskobystrický kraj	00518140	Národné rehabilitačné centrum, špecializovaná nemocnica, Kováčová	Kováčová	Sládkovičova	1	96237	045/5205111	zabojnikova@nrckovacova.sk; nrckovacova@nrckovacova.sk	www.nrckovacova.sk
Banskobystrický kraj	00606987	Psychiatrická nemocnica, špecializovaná nemocnica, Kremnica	Kremnica	Československej armády	234/139	96701	045/6742144-8	pnkca@stonline.sk	www.pnkca.sk
Banskobystrický kraj	31908969	Nemocnica s poliklinikou Brezno, n.o., všeobecná nemocnica	Brezno	Banisko	1	97742	048 6302111		www.nspbr.sk
Banskobystrický kraj	31908977	Všeobecná nemocnica s poliklinikou, n.o., všeobecná nemocnica, Veľký Krtíš	Veľký Krtíš	Nemocničná	1	99001	047/4816111	adriana.ukropova@nspvk.sk	www.nspvk.sk
Banskobystrický kraj	36055271	Gynpor s.r.o., všeobecná nemocnica, Sliac	Sliac	SNP	9	96231	045/5429902	gynpor@gmail.com	www.gynpor.sk
Banskobystrický kraj	36077992	Nemocnice a polikliniky, n.o. - Všeobecná nemocnica Rimavská Sobota	Rimavská Sobota	Šrobárova	1	97912	047/5612111	sekretariats@nemocnica.com	www.rimavska.nemocnica.com
Banskobystrický kraj	36077992	Nemocnice a polikliniky, n.o. - Všeobecná nemocnica Žiar nad Hronom	Žiar nad Hronom	Sládkovičova	11	96537	045/6709102	sekretariat@nemocnicazh.sk	www.ziar.nemocnica.com
Banskobystrický kraj	36077992	Nemocnice a polikliniky, n.o. - Všeobecná nemocnica Banská Štiavnica	Banská Štiavnica	Bratská	17	96901	045/6942321	mbiela@nemocnica.com, sekretariat@nemocnicazh.sk	www.ziar.nemocnica.com
Banskobystrický kraj	36626406	OFTAL s.r.o., špecializovaná nemocnica, Zvolen	Zvolen	Kuzmányho nábrežie	28	96001	045/ 5201 440, 5201 115	oftal@oftal.sk	www.oftal.sk
Banskobystrický kraj	36644331	Stredoslovenský ústav srdcových a cievnych chorôb a.s., špecializovaná nemocnica, Banská Bystrica	Banská Bystrica	Cesta k nemocnici	1	97401	048/4333 111	kontakt@susech.eu	www.susech.eu
Banskobystrický kraj	37954571	Všeobecná nemocnica s poliklinikou Lučenec n.o., všeobecná nemocnica	Lučenec	Námestie republiky	15	98439	047/4322717		
Banskobystrický kraj	37957651	Centrum pre liečbu drogových závislostí Banská Bystrica, špecializovaná nemocnica	Banská Bystrica	Cesta k nemocnici	55	97401	0901911912; 0902 533 061	somora@cpldz-bb.sk; info@cpldz-bb.sk	www.cpldz-bb.sk
Banskobystrický kraj	37957937	Detská fakultná nemocnica s poliklinikou Banská Bystrica, všeobecná nemocnica	Banská Bystrica	Nám. L. Svobodu	4	97409	048/4726511	dfn@dfnbb.sk	www.dfnbb.sk
Banskobystrický kraj	45594929	Nemocnica Zvolen a. s. - všeobecná nemocnica - Zvolen	Zvolen	Kuzmányho nábrežie	28	96001	045/5201245	sekretariat@nemzvolen.sk	www.nemzvolen.sk
Banskobystrický kraj	45594929	Nemocnica Zvolen a.s. - všeobecná nemocnica - Krupina	Krupina	29. augusta	23	96301	045/5201419, 045/5550911	sekretariat@nemzvolen.sk, maria.lackova@nemzvolen.sk	www.nemzvolen.sk
Banskobystrický kraj	45732701	Nemocnica Hnúšťa, n.o., všeobecná nemocnica	Hnúšťa	Jesenského	102	98101	047/5423441	kontakt@nemocnicahnusta.sk	www.nemhnusta.sk
Banskobystrický kraj	45736324	Nemocnica s poliklinikou, n.o. Revúca, všeobecná nemocnica	Revúca	Litovelská	25	05001	058/4833333, 4833311	nsprevuca@nsprevuca.sk	www.nsprevuca.sk
Banskobystrický kraj	45964173	Mammacentrum sv. Agáty ProCare, a. s., špecializovaná nemocnica, Banská Bystrica	Banská Bystrica	Tibora Andrašovana	46	97401	048/4204911	info@mammacentrum.sk	www.mammacentrum.sk
Prešovský kraj	00227811	Národný ústav tuberkulózy, pľúcnych chorôb a hrudníkovej chirurgie Vyšné Hágy, špecializovaná nemocnica	Vyšné Hágy	Vyšné Hágy	1	05984	052/4414111	porac@hagy.sk; hagy@hagy.sk	www.hagy.sk
Prešovský kraj	00610577	Fakultná nemocnica s poliklinikou J. A. Reimana Prešov, všeobecná nemocnica	Prešov	Hollého	14	08181	051/7011111	riaditel@fnsppresov.sk	www.fnsppresov.sk
Prešovský kraj	31653715	TATRASAN, s.r.o., špecializovaná nemocnica, Vysoké Tatry	Vysoké Tatry	Nový Smokovec	4076	06201	052/ 442 2041 - 8	ekonom@tatrasan.sk	www.tatrasan.sk
Prešovský kraj	31716857	MINERAL-SLOVAKIA, s.r.o., špecializovaná nemocnica, Prešov	Prešov	Marka Čulena	27	08001	051/ 771 29 32, 0911/ 922 002	mineral-oaza@stonline.sk	www.mineral_slovakia.saris.eu.sk
Prešovský kraj	36167908	NsP							

Prešovský kraj	36509108	Nemocnica Snina, s.r.o., všeobecná nemocnica	Snina	Sládkovičova	300/3	06901	057/7871226	sekretariat@nemocnicasnina.sk	www.nemocnicasnina.sk
Prešovský kraj	36513458	Nemocnica Poprad, a. s., všeobecná nemocnica	Poprad	Banická	803/28	05845	052 7125 111	sekretariat@nemocnicapp.sk	www.nemocnicapp.sk
Prešovský kraj	36514969	ORL HUMENNÉ, s.r.o., špecializovaná nemocnica	Humenné	Nemocničná	7	06636	577706359	orlodd.he@post.sk	www.orlhe.sk
Prešovský kraj	36594849	Všeobecná nemocnica s poliklinikou Levoča, a.s., všeobecná nemocnica	Levoča	Probstnerova cesta	2/3082	05401	053/4512651-4	sekretariat@levnemoc.sk	www.levnemoc.sk
Prešovský kraj	37886304	Sanatórium Dr. GUHRA n.o., špecializovaná nemocnica, Vysoké Tatry	Vysoké Tatry	Tatranská Polianka		05982	052/ 4422 651	eleonora.kovalcikova@sinet.sk	www.sanatoriumpolianka.sk
Prešovský kraj	37886436	Nemocnica Dr. Vojtecha Alexandra v Kežmarku n.o., všeobecná nemocnica	Kežmarok	Huncovská	42	06001	052/4512228	svolak@nkk.sk	www.nkk.sk
Prešovský kraj	37886479	Šrobárov ústav detskej tuberkulózy a respiračných chorôb, n.o. vysokošpecializovaný odborný ústav, špecializovaná nemocnica	Vysoké Tatry	Dolný Smokovec	70	05981	052/ 4412 111	sekretar@sudtarch.sk	www.srobarov-ustav.tym.sk
Prešovský kraj	37886851	Lubovnianska nemocnica, n. o., všeobecná nemocnica, Stará Lubovňa	Stará Lubovňa	Obrancov mieru	3	06401	052/4317111	sekretariat@nspsl.sk	www.nspsl.sk
Prešovský kraj	37887068	VRANOVSKÁ NEMOCNICA, N.O., všeobecná nemocnica, Vranov nad Topľou	Vranov nad Topľou	M. R. Štefánika	187/177B	09327	057/4464481; 0905886774	vnno@vnno.sk	www.vnno.sk
Prešovský kraj	37887068	VRANOVSKÁ NEMOCNICA, N.O., všeobecná nemocnica, Stropkov	Stropkov	Akad. Pavlova	321/10	09101	054/74222444	vnno@vnno.sk	www.vnno.eu
Prešovský kraj	37887068	VRANOVSKÁ NEMOCNICA, N.O., všeobecná nemocnica, Medzilaborce	Medzilaborce	Komenského	134/4	06801	057/4464481	vnno@vnno.sk	www.vnno.eu
Prešovský kraj	37887335	Nemocnica A. Leňa Humenné, n. o., všeobecná nemocnica	Humenné	Nemocničná	7	06601	057/7706111, 057/7706 231	sekretariat@nsphe.sk	www.nsphe.sk
Prešovský kraj	37887343	Nemocnica arm. generála L. Svobodu Svidník, n. o., všeobecná nemocnica	Svidník	MUDr. Pribulu	412/4	08901	054 7860 111	nspsk@nspsk.sk	www.nspsk.sk
Košický kraj	00606707	Univerzitná nemocnica L.Pasteura Košice, všeobecná nemocnica	Košice - Juh	Rastislavova	43	04190	055/6153111	tomas.sieber@unlp.sk; sekretariat@unlp.sk	www.unlp.sk
Košický kraj	00606715	Detská fakultná nemocnica Košice, všeobecná nemocnica	Košice - Západ	Trieda SNP	1	04011	055/6402111	riaditelstvo@dfnkosice.sk	www.dfnkosice.sk
Košický kraj	31256520	Nemocnica s poliklinikou Kráľovský Chlmec n.o., všeobecná nemocnica	Kráľovský Chlmec	Nemocničná	8	07726	056/6321563	riaditel@dornet.sk	www.nspkch.sk
Košický kraj	31256911	Vysokošpecializovaný odborný ústav geriatrický sv. Lukáša v Košiciach n.o., špecializovaná nemocnica	Košice - Staré Mesto	Strojársená	13	04001	055/6824111	geriatria@gckosice.sk	www.gckosice.sk
Košický kraj	35562340	Inštitút nukleárnej a molekulárnej medicíny, špecializovaná nemocnica, Košice	Košice - Juh	Rastislavova	43	04253	055/6118300	inmm@inmm.sk; marin@inmm.sk	www.inmm.sk
Košický kraj	35563737	Centrum pre liečbu drogových závislostí Košice, špecializovaná nemocnica	Košice - Juh	Skladná	205/2	04001	055/6222848	cpldzke@pobox.sk	www.cpldzke.sk
Košický kraj	35581000	Psychiatrická nemocnica Michalovce, n.o., špecializovaná nemocnica	Michalovce	Strážany	1	07101	056/681 8111	riaditel@pnmi.sk	www.pnmi.sk
Košický kraj	35582391	Regionálna nemocnica Sobrance, n.o., špecializovaná nemocnica	Sobrance	Ulica mieru	12	07301	056/6522396	rns@mail.t-com.sk	www.webconsult.sk
Košický kraj	36168165	Nemocnica Košice - Šaca a.s. 1. súkromná nemocnica, všeobecná nemocnica	Košice - Šaca	Lúčna	57	04015	055 7234 111; 055 / 7234 333		www.nemocnicasaca.sk
Košický kraj	36182672	Nemocnica Krompachy spol. s r.o., všeobecná nemocnica	Krompachy	Banická štvrť	1	05342	053/4186211	konatel@nemkrompachy.sk	www.nemkrompachy.sk
Košický kraj	36245895	FMC - dialyzačné služby, s.r.o., Nefrologické a dialyzačné centrum Fresenius, špecializovaná nemocnica, Košice	Košice - Staré Mesto	Trieda SNP	1	04011	055/6402774	robert.roland@fmc-ag.com	
Košický kraj	36582433	Železničné zdravotníctvo Košice, s.r.o., všeobecná nemocnica	Košice - Staré Mesto	Masarykova	9	04001	055/2295804; 055/2295818	papacova@zzke.sk	www.zzke.sk
Košický kraj	36597341	Nemocnica s poliklinikou sv. Barbory Rožňava, a.s., všeobecná nemocnica	Rožňava	Špitálska	3754/1	04801	058/7771111	riadnsp@mail.t-com.sk	www.nsproznava.sk
Košický kraj	36597350	Nemocnica s poliklinikou Spišská Nová Ves, a.s., všeobecná nemocnica	Spišská Nová Ves	Jánskeho	1	05201	053/4199111	nascak@nspsnv.sk	www.nspsnv.sk
Košický kraj	36597376	Nemocnica s poliklinikou Trebišov, a.s., všeobecná nemocnica	Trebišov	SNP	1079/74	07509	056/6660214	nsptv@nsptv.sk	www.nsptv.sk
Košický kraj	36601284	Východoslovenský ústav srdcových a cievnych chorôb, a.s., špecializovaná nemocnica, Košice	Košice - Západ	Ondavská	8	04011	055/789 1011	sekretariat@vusuch.sk	http://www.vusuch.sk
Košický kraj	36603350	Východoslovenský onkologický ústav, a.s., špecializovaná nemocnica, Košice	Košice - Juh	Rastislavova	43	04191	055/6135102	sekretariat@vou.sk	http://www.vou.sk
Košický kraj	37886428	PRO VITAE n.o., všeobecná nemocnica, Gelnica	Gelnica	Nemocničná	33	05601	534821444	nemajú	nemajú
Košický kraj	44927380	Nemocnica s poliklinikou Štefana Kukuru Michalovce, a.s., všeobecná nemocnica	Michalovce	Špitálska	2	07101	056/6441051	nemocnica@nskmi.sk	www.nskmi.sk